
TAYANGAN DEBAT PILPRES 2019 SEBAGAI PENDIDIKAN POLITIK GENERASI MILENIAL

Rezki Pratami

Magister Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur

Email: rezkypratami@gmail.com

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diserahkan 27 Desember 2019

Direvisi 10 Februari 2020

Disetujui 4 Maret 2020

Keywords:

Millennial, 2019 Presidential Election Debate, Political Education, Television.

Abstract

This study aims to examine and examine the implementation of the 2019 Presidential Election debate as a political education for millennial generation studies on television in Indonesia and find out which television stations are the most chosen by Millennial generation. In this research, a qualitative approach with case study design was carried out. The results showed that the millennial generation with a vulnerable age of 18-34 years had a desire to achieve a qualified political education in each presidential and vice presidential candidate pair. Political education through television media that broadcast the Presidential Election debate has a positive impact on the wider community, especially millennial generation. Good and ideal political education produces good outputs as well as an increase in the number of participants in the 2019 election. Metro TV is the most preferred channel chosen by informants in presenting the 2019 Presidential Election Debate program. 5 elements in the Theory of Uses and Gratifications are well fulfilled. Another thing is proven by millennial involvement in a number of political activities such as the election of a number of names in the legislature of the millennial generation, and President JokoWidodo chose millennial to be his special staff.

Abstrak

Kajian ini bertujuan untuk meneliti dan menelaah implementasi debat Pilpres 2019 sebagai pendidikan politik bagi generasi milenial studi pada televisi di Indonesia dan mengetahui stasiun Televisi mana yang paling banyak dipilih generasi Milenial. Dalam penelitian ini dilakukan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial dengan rentan usia 18-34 tahun memiliki hasrat untuk mencapai pendidikan politik yang mumpuni pada masing-masing paslon presiden dan wakil presiden. Pendidikan politik lewat media televisi yang menayangkan acara debat Pilpres memberikan dampak positif bagi masyarakat luas terutama generasi milenial. Pendidikan politik yang baik dan ideal, menghasilkan *output* yang baik pula dengan bertambahnya jumlah partisipan dalam pemilu 2019. Metro TV merupakan saluran pilihan terbanyak yang dipilih informan dalam menyajikan tayangan Debat Pilpres 2019. 5 elemen dalam Teori *Uses and Gratifications* terpenuhi dengan baik. Hal lain dibuktikan dengan keterlibatan milenial dalam sejumlah kegiatan politik seperti terpilihnya sejumlah nama dalam legislatif dari generasi milenial, dan Presiden Jokowi memilih milenial untuk menjadi staf khususnya

PENDAHULUAN

Tahun 2019 merupakan tahun pertama bagi Indonesia dimana pemilihan umum baik Presiden dan Wakil Presiden, DPR, DPRD, hingga DPD dipilih secara serentak di seluruh penjuru negeri. Seluruh warga masyarakat Indonesia yang sudah memenuhi syarat memilih, diharapkan berpartisipasi untuk turut terlibat dalam demokrasi dan menentukan bagaimana Indonesia dalam lima tahun kedepan nanti.

Banyak hal menarik terjadi pada momen lima tahunan ini. Debat Pilpres disebut-sebut sebagai hal yang paling ditunggu banyak pihak, karena disana masyarakat dapat mengetahui bagaimana kredibilitas dari masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden melalui jawaban-jawaban yang dilontarkan bagi para paslon. Melansir dari cnnindonesia.com (2018) Arief Budiman selaku Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) sudah menentukan jadwal dan agenda debat yang akan diselenggarakan selama 5 hari dalam waktu yang telah ditetapkan. Melalui acara debat pilpres, diharapkan masyarakat mampu berpartisipasi dalam demokrasi, juga sebagai sarana pendidikan politik bagi seluruh masyarakat.

Generasi milenial sebagai generasi yang kini banyak diperbincangkan, merupakan target pemilih yang paling banyak didekati oleh para komunikator politik. Mengapa demikian? Hal ini tentu saja dengan alasan yang kuat, berdasarkan survei pada penelitian yang dilakukan oleh LIPI, menyebutkan bahwa terdapat 35% hingga 40% dari penduduk Indonesia merupakan anak muda (tirto.id, 2018). Bukan jumlah yang sedikit, hampir setengah penduduk Indonesia didominasi anak muda generasi milenial. Partisipasi demokrasi dalam pemilu 2019 tentunya sangat diharapkan, untuk itulah pendidikan politik penting dilakukan sedini mungkin, karena generasi milenial adalah generasi penentu masa depan bangsa. Hal ini, bukan hanya pekerjaan rumah dari komunikator politik, namun seluruh lapisan masyarakat.

Bagi Negara-negara dengan penduduk heterogen seperti Indonesia, salah satu cara berdemokrasi yang paling tepat dipilih yakni dengan berpartisipasi dalam pemilihan umum (Fenyapwin, 2013). Kesadaran politik, merupakan salah satu faktor utama dalam partisipasi politik, artinya segala apapun yang berhubungan dengan hak dan kewajiban akan kegiatan politik dan lingkungan bermasyarakat, bisa menjadi tolok ukur bagaimana seseorang

terlibat dalam kegiatan berpolitik. Bagaimana kesadaran politik bagi seseorang bisa dibangun, hal yang sangat mendasar yakni dengan mengajarkan serta menerapkan pendidikan politik, bagi tujuan yang positif.

Bagaimana menerapkan pendidikan politik bagi masyarakat khususnya generasi milenial sebagai calon pemilih terbanyak secara persentase jumlah penduduk Indonesia, tentunya ini menjadi sebuah tantangan yang bukan main-main, dimana para aktor politik harus mempersiapkan sejumlah amunisi sebagai strategi pembelajaran politik, agar maksud dan tujuan yang hendak disampaikan dapat tercapai dengan baik oleh para generasi milenial. Generasi milenial sebagai sasaran objek pemungutan suara, harus dibekali informasi yang baik, sehingga perlakuan pada setiap aspek politik dapat diserap dan disikapi dengan baik. Secara psikologis, generasi yang berkarakter idealis, begitu mudah dipengaruhi dan mempengaruhi dengan lingkungan sekitar.

Berdasarkan pengertiannya, generasi milenial merupakan sekelompok orang dengan rentan usia kisaran 20 tahun hingga 34 tahun yang memiliki karakter pemikiran yang cukup kritis terhadap suatu hal, dan cukup vokal dalam menyuarakan apa yang mereka pikirkan. Hal-hal yang biasa dikritisi generasi milenial adalah hal yang menyangkut gaya hidup, politik dan keadaan Negara, masalah ekonomi hingga masalah sosial. (Deny Zein dll, 2019) mengemukakan bahwa generasi milenial biasanya enggan mengetahui apalagi hingga terlibat dalam permasalahan politik, sehingga banyak terjadi penolakan dalam pendidikan politik. Baginya, politik adalah sesuatu yang penuh dengan kepalsuan dan drama. Padahal sebenarnya pendidikan politik penting bagi pembangunan bangsa. Generasi milenial diharapkan mampu menjadi agen perubahan yang bisa merubah bangsa ini menjadi bangsa yang lebih baik.

Yanuar (2017) berpendapat “Kesadaran politik warga masyarakat menjadi faktor kunci dalam partisipasi politik masyarakat, tanpa kesadaran politik yang aktif sehingga terwujud kehidupan demokrasi yang baik di daerah pada khususnya dan Indonesia pada umumnya”. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Morissan (2016) yang berjudul “Tingkat Partisipasi Politik dan Sosial Generasi Muda Pengguna Media Sosial”, terdapat sekitar 73,2% anak muda yang memberikan suaranya pada pemilu tahun 2014, dan 80% berkeinginan besar dalam pemilu kala itu. Hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa pada Pemilu 2014 tingkat

partisipasi politik pada anak muda cukup tinggi. Namun yang menjadi persoalan adalah, apakah partisipasi yang telah dilakukan pada anak muda ini sudah diimbangi dengan pendidikan politik yang baik atau justru sebaliknya, sehingga dalam hal Pemilu tidak lagi terdapat kesalahan dalam menentukan pilihannya. Jangan sampai partisipasi yang telah dilakukan hanyalah partisipasi politik semu.

Umaimah Wahid dalam buku *Komunikasi Politik* (2016), media massa menjadi hal yang sangat penting dalam pembentukan opini publik, baik dari media lama maupun media baru. Artinya selayaknya dalam fungsi media yakni medium penyampaian pesan untuk mendidik dan menginformasi, merupakan medium yang sangat tepat dan mudah untuk menerapkan pendidikan politik pada generasi milenial. Televisi sebagai media massal dan relatif murah kerap dijadikan komunikator politik untuk menunjang aktifitas penyampaian pendidikan politik pada generasi milenial.

Meski kenyataannya generasi milenial kini sudah sangat terintegrasi dengan media baru dan media sosial, agaknya penggunaan televisi bisa pula dijadikan sebagai *content provider* yang nantinya bisa diakses generasi milenial secara berulang-ulang lewat media digital dan media sosial sebagai salah satu sarana pendidikan politik. Walaupun bisa dikatakan yang menjadi kompetitor konten pada pesan yang ingin disampaikan akan lebih banyak dari media lain, hal ini lah yang dijadikan komunikator politik harus mampu berupaya mengemas produk lebih menarik dan tidak membosankan, juga dikemas dengan bahasa yang lebih mudah untuk dipahami oleh milenials dengan *style kekinian*.

Beberapa waktu lalu, Debat Pilpres yang diselenggarakan oleh KPU disiarkan secara langsung pada stasiun televisi yang sudah ditunjuk. Hal ini tentu saja diharapkan mampu memenuhi tujuan utama pada generasi milenial mengenai memberikan pendidikan politik. Tidak hanya pada siaran dengan sistem teresterial, debat Pilpres 2019 juga bisa dinikmati secara *online* atau *streaming*. Beberapa stasiun TV mengkombinasikan acara debat Pilpres dengan acara yang sudah menjadi ciri khas, sebut saja *talk show* dan *performer* dari para pelaku seni agar tidak monoton dan terkesan membosankan. Lewat *talk show* yang dipandu oleh pemandu acara juga dihadiri oleh narasumber kompeten dalam bidangnya, diskusi mengenai tema debat akan dilakukan.

KPU sudah menentukan jadwal dan tema yang akan dibawakan pada debat Pilpres 2019. Yang menjadi fokus pada tema yakni mengenai isu-isu yang sering terjadi Indonesia dan menjadi kekhawatiran juga pekerjaan rumah bagi capres dan cawapres terpilih nanti. Pada debat pertama akan dilaksanakan pada 17 Januari 2019 dengan tema yang diangkat yaitu Hukum, Ham, Korupsi dan terorisme. Selanjutnya 17 Februari 2019 tema yang akan diangkat mengenai Energi, Pangan, Sumber Daya Alam, Lingkungan Hidup, dan Infrastruktur. Debat ketiga pada 17 Maret 2019 membahas Pendidikan, Kesehatan, Ketenagakerjaan Sosial dan kebudayaan. Debat selanjutnya dilaksanakan pada 30 Maret 2019 dengan tema yang diangkat yaitu Ideologi, Pemerintah, Pertahanan Keamanan dan hubungan Internasional. Terakhir 10 April 2019 tema yang diperdebatkan yaitu Ekonomi dan Kesejahteraan, Keuangan dan Investasi juga perdagangan dan industri.

Televisi sebagai media yang menyiarkan berlangsungnya acara Debat Pilpres 2019 pun sudah ditentukan berdasarkan grup. Grup pertama diisi oleh TVRI, RRI, RTV, dan Kompas TV. Grup kedua diisi oleh iNews, MNC TV, RCTI, dan GTV. Selanjutnya grup ketiga yaitu Trans TV, Trans7 juga CNN Indonesia TV. Grup keempat yaitu Metro TV, Indosiar, SCTV. Dan terakhir akan disiarkan oleh TvOne, ANTV, Net TV dan Berita satu TV.

Dari yang sudah dijabarkan, maka kajian ini bertujuan untuk meneliti dan menelaah implementasi debat Pilpres 2019 sebagai pendidikan politik bagi generasi milenial studi pada televisi di Indonesia, dan stasiun televisi apa yang paling dominan dijadikan pilihan bagi milenial. Pembahasan mengenai pendidikan politik bagi generasi milenial memang sangat menarik untuk dibahas karena menyangkut generasi penerus bangsa dan keikutsertaan generasi milenial sangatlah menentukan bagaimana kehidupan berbangsa dan bernegara selama lima tahun kedepan.

PENDIDIKAN POLITIK

Pendidikan politik merupakan kegiatan yang memiliki tujuan untuk memberikan pengetahuan serta pembentukan orientasi politik individu atau sekelompok orang. Dalam bahasa Inggris pendidikan politik dikenal dengan istilah *political socialization*, yang jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia maka berarti sosialisasi politik. Pendidikan politik dan sosialisasi politik merupakan istilah yang

biasa disinonimkan karena kedua padanan istilah tersebut memiliki arti yang hampir sama.

Ticoalu (2015), menyebutkan pendidikan politik dapat terbentuk dari perangkat institusi terbentuknya orientasi politik, mulai dari yang paling mendasar yakni keluarga, sekolah, partai politik, dan media sebagai medium penyebaran informasi mengenai politik. Pendidikan politik terdiri dari dua suku kata yakni pendidikan dan politik, pendidikan berarti proses pembelajaran manusia yang terintegrasi secara seimbang dengan nilai dan norma, maka pendidikan politik dapat diklasifikasikan sebagai medium pendidikan dalam pemahaman bahwa manusia merupakan aktor atau pelaku politik.

Amir Machmud (1986:229) dalam Ticoalu (2015), menyebutkan bahwa dalam rangka membina budaya politik pancasila, maka pendidikan politik harus memenuhi 2 aspek utama;

"(1) sebagai kegiatan yang secara sistematis ditujukan untuk menumbuhkan penghayatan rakyat terhadap ideologi negara pancasila serta menjelaskan secara jujur permasalahan dan tantangan yang secara nyata dihadapi oleh sistem politik dewasa ini dan masa depan, (2) sebagai praktek kehidupan politik yang secara langsung atau tidak langsung dapat berpengaruh terhadap pembentukan sikap, pola respon, dan penghayatan rakyat terhadap kehidupan politiknya. Disini mencakup perilaku politik dari tokoh-tokoh yang berperan sebagai pemimpin pemerintahan dan tokoh politik yang duduk di dalam lembaga-lembaga supra struktur dan infra struktur politik.

Jika ditarik kesimpulannya, maka pendidikan politik merupakan upaya yang dilakukan secara sadar dan nyata, terstruktur dan terencana dalam rangka memberikan berbagai informasi berupa konsep, simbol, dan norma politik dari generasi satu ke generasi selanjutnya. Dengan tujuan partisipasi politik yang menyeluruh.

MEDIA TELEVISI

Media massa terbagi dalam dua jenis menurut sifatnya, yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak terbagi atas media yang terbentuk dengan cetakan seperti koran, majalah, tabloid, poster, artikel dan sebagainya. Sementara media massa elektronik merupakan media yang terintegrasi dengan audio dan visual, tersiar menggunakan teresterial atau sambungan sinyal dari pemancar, contohnya radio dan televisi.

Saat ini industri televisi Indonesia dikuasai oleh beberapa grup, yakni; Global Mediagroup (RCTI, GlobalTV, MNCTV, InewsTV), Grup Elang Mahkota Teknologi atau EMTEK group (SCTV dan Indosiar), Grup Visi Media Asia (ANTV dan TVOne), Grup Trans Media atau CT Corp (Trans TV, Trans7, CNN Indonesia), Media Group (Metro TV dan beberapa digital channel), Kompas Group (Kompas TV), Grup Rajawali Corporation (RTV), dan Indika Group (NET TV) (Nainggolan, 2018). Beberapa nama diatas belum termasuk dengan sejumlah nama TV Digital yang dapat pula disaksikan menggunakan jaringan sambungan sinyal baik VHF (*very high frequently*) ataupun UHF (*ultra high frequently*) yang kini bermunculan, sebut saja BeritaSatuTV, DAAITV, AntaraTV, MNCNews, JawaPosTV, dan ELShintaTV yang mewarnai pertelevisian Indonesia dengan sajian yang lebih beragam.

Ditengah majunya laju teknologi digital berbasis internet dan telepon pintar di Indonesia, riset yang dikeluarkan oleh databooks.katadata.co.id (2019), penonton televisi dalam kurun waktu seminggu terakhir terhitung sejak Oktober 2019 menunjukkan peningkatan dari yang semula hanya 84,94% pada 2003 menjadi 93,02%. Dengan durasi menonton rata-rata menunjukkan diangka 4 jam 53 menit setiap hari, bahkan angka ini masih diatas durasi penggunaan internet (Nielsen, 2018). Artinya, televisi masih merupakan moda penyampaian informasi berbasis audio visual yang masih menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia dengan tingkat kepemirsaan yang masih dibilang tinggi.

Dengan demikian, sebagai medium penyampaian pesan terutama dalam konteks pendidikan politik, masih dijadikan sebagai saluran utama para komunikator politik, meski dikemas dengan tampilan yang bermacam-macam, baik murni pendidikan politik, ataupun pendidikan politik dibalut dengan iklan dan marketing politik.

KOMUNIKASI MASSA

Komunikasi massa merupakan studi yang membahas mengenai media massa dan bagaimana pesan dalam media massa tersebut disampaikan. Josep A Devito dalam Nurudin (2014:11), mendefinisikan komunikasi massa; *"First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or*

everyone who watches television; rather it means and audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspaper, magazines, films, books, and tapes".

Ciri-ciri komunikasi massa disebutkan oleh Nurudin (2014) yakni; (1) komunikator dalam komunikasi massa bersifat melembaga, (2) komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen, (3) pesan yang disampaikan bersifat umum, (4) komunikasi berlangsung satu arah saja, (5) komunikasi massa menimbulkan kesan keseragaman, (6) komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis, (7) komunikasi massa dikontrol oleh *gate keeper*.

TEORI USES AND GRATIFICATIONS

Teori *uses and gratification model* atau dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai teori kegunaan dan kepuasan, merupakan perpanjangan atau pengembangan turunan teori sebelumnya yakni model jarum hipodermik. Studi ini memusatkan pada pengguna media untuk mendapatkan kepuasan dari kebutuhan seseorang. Pada model ini, tertarik pada apa yang dilakukan seseorang terhadap media dalam pemenuhan kepuasannya. Khalayak menjadi subjek aktif untuk memenuhi kebutuhannya.

Elihu Katz, dkk dalam Baran dan Davis (2000), menguraikan elemen dalam teori uses and gratification media, yakni;

"(1) Audien adalah aktif, dan pengguna media berorientasi pada tujuan, (2) inisiatif yang menghubungkan antara kebutuhan kepuasan dan pilihan media spesifik terletak di tangan audien, (3) media bersaing dengan sumber-sumber lain dalam upaya memuaskan audien, (4) orang-orang mempunyai kesadaran diri yang memadai berkenaan pengguna media, kepentingan dan motovasinya yang menjadi bukti bagi peneliti tentang gambaran keakuratan pengguna itu, (5) nilai pertimbangan seputar keperluan audien tentang media spesifik atau isi harus dibentuk.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana ditujukan untuk menganalisis beberapa aspek yang ada dalam kehidupan seperti sosial, peristiwa dan peran, kelompok dan interaksi. Menurut ahli psikologi

pendidikan dari University of Nebraska, John W Creswell, "Metode Pendekatan Kualitatif merupakan sebuah proses investigasi". Sementara Husein Umar (1999:81) Metode kualitatif berfungsi "memberikan informasi yang mutakhir sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta lebih banyak dapat diterapkan pada berbagai masalah". Desain Studi Kasus dipilih dalam penelitian ini, karena penelitian ini hanya difokuskan pada satu fenomena saja untuk dibedah secara mendalam. Adapun kasus dalam penelitian ini yaitu orientasi politik generasi milenial pada pesta demokrasi 2019 lewat debat pilpres yang ditayangkan di televisi. Sementara objek penelitian adalah Debat Pilpres 2019 dan subjek penelitian ini adalah generasi milenial dari kalangan pelajar, mahasiswa dan pekerja, dan staf pengajar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendidikan Politik Dan Partisipasi Politik

Cara pandang seorang individu atau kelompok sangat tergantung dari bagaimana manifestasi pendidikan politiknya. Namun pada kenyataannya, realitas pendidikan politik cenderung masih terbatas pada pemahaman tunggal, yaitu pada formal politik. Contohnya, politik hanya meliputi soal pemahaman kekuasaan, pemerintah, kewarganegaraan, konstitusi, partai politik, kampanye, dan pemilihan umum. Padahal yang jauh lebih penting dari pada pemahaman politik yaitu dari bagaimana partisipasi berdemokrasinya. Terlebih pemahaman akan partisipasi politik ini dimiliki oleh generasi muda atau generasi milenial.

Proses pendidikan politik bisa dikatakan berhasil jika dalam penyampaian pesan diakhiri dengan *feed back* sebagai tindakan penyerapan pesan berupa pemahaman politik dan partisipasi politik. Berbagai medium bisa dipergunakan dalam pertukaran ilmu dan pesan. Contohnya televisi sebagai media massa konvensional, khususnya di Indonesia. Televisi kini bersaing dengan media baru yaitu media digital atau media online dan media sosial, generasi milenial yang notabene generasi penuh dengan *ke-up to date-an*, sudah mulai menyingkirkan televisi sebagai medium penyampaian pesannya. Dan lebih condong ke media berbasis digital juga media sosial. Poin ini perlu ditekankan kepada komunikator politik bahwa diperlukan strategi mutakhir agar generasi milenial tidak meninggalkan media yang sudah tersedia.

Pendidikan politik merupakan proses dialog atau proses pertukaran pesan antara pendidik, seperti institusi sekolah, pemerintah, partai politik dan peserta didik dalam rangka mendalami pemahaman, pengayatan, dan pengamatan tentang nilai-nilai, norma-norma, simbol politik yang dianggap ideal dalam mencapai tujuan pendidikan politik. Dengan kegiatan-kegiatan yang memungkinkan dalam hal ini seperti latihan dasar kepemimpinan, diskusi juga keikutsertaan dalam berbagai kesempatan sosialisasi forum pertemuan, partai politik dalam sistem politik demokrasi.

Rusadi Kantaprawira (2004:55), memaparkan bahwa pendidikan politik adalah kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat agar mereka dapat berpartisipasi dalam sistem politik. Bentuk pendidikan politik dapat dilakukan dengan berbagai cara sesuai dengan paham kedaulatan rakyat, seperti bahan literasi atau bacaan yang didapat dari buku, surat kabar, dan publikasi masa yang biasa membentuk opini publik, siaran audio dan visual dari media massa elektronik radio dan televisi, dan yang terakhir adalah melalui lembaga atau asosiasi masyarakat juga lembaga pendidikan formal dan informal.

Surono dalam Ramdlang Naning (1982:8) Pendidikan politik adalah usaha untuk mencerdaskan kehidupan politik masyarakat, meningkatkan tingkat kesadaran dan kepekaan masyarakat terhadap hak dan kewajiban kebangsaan dan bernegara. Selanjutnya Pangabean yang juga dikutip Ramdlang Naning (18982:9), pendidikan politik merupakan cara suatu bangsa untuk mentransfer budaya politik dari generasi satu kepada generasi lainnya. Sementara Alfian (1990:245), pendidikan politik dapat diartikan pula sebagai sosialisasi politik, yakni bagian-bagian kehidupan masyarakat sehari-hari. Senang atau tidak, sadar atau tidak dan tahu atau tidak tahu bahwa hal tersebut selalu dialami oleh masyarakat luas, pemimpin atau rakyat biasa, penguasa juga orang awam.

Jika disimpulkan, pendidikan politik merupakan usaha untuk mengubah proses sosialisasi masyarakat sehingga masyarakat itu memahami aspek dan nilai politik yang terkandung dalam suatu sistem Negara yang sedang dibangun dan dijalani. Hasil dari usaha yang telah dilakukan dalam rangka meningkatkan pengetahuan masyarakat akan pendidikan politik akan melahirkan sikap dan tingkah laku politik baru yang mendukung sistem politik yang ideal, bersamaan dengan

hal itu lahir pula sebuah budaya berpolitik yang baru.

Surbakti (1999:17) mengemukakan bahwa sosialisasi politik dibagi menjadi 2 bagian yakni pendidikan politik dan indokrinasi politik. Pendidikan politik merupakan proses dialogik antara penyampai dan penerima pesan politik. Melalui proses tersebut masyarakat diharapkan mampu untuk mempelajari nilai-nilai, norma-norma, juga simbol-simbol politik negaranya dari berbagai elemen pendukung pendidikan politik seperti sekolah, pemerintah, juga komikator politik/ politisi dan partai politik.

Setelah proses pendidikan politik berlangsung dan berjalan dengan sistematis, hasil yang diharapkan adalah dengan adanya partisipasi politik. Dengan partisipasi politik maka pendidikan dan literasi politik dianggap sebagai sesuatu yang berhasil dan komunikasi politik berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Sebagai Negara demokrasi, partisipasi politik bisa dilakukan dengan banyak cara, salah satunya dengan mengikuti pemilu dengan harapan segala pendidikan yang telah diberikan dapat diterapkan dengan baik dalam kehidupan sehari-hari.

Miriam Budiardjo (2008:367), mendefinisikan partisipasi politik sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok berupa keikutsertaan secara aktif dalam kehidupan politik, sebagai contoh mengikuti pemilihan kepala daerah atau Negara secara langsung, dan ikut menyumbangkan pendapat dan suara dalam kebijakan pemerintah. Kegiatan yang dimaksudkan meliputi memberikan suara dalam pemilihan umum, ikut menghadiri rapat umum, mengadakan hubungan dengan pejabat parlemen atau pemerintah, ikut serta dalam partai politik, dan lain sebagainya. Pendapat lain tentang partisipasi politik dikemukakan oleh Herbert Mc Closky dalam Budiardjo (2008:368), yakni sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan dengan tanpa paksaan dalam kegiatan pemilihan penguasa langsung dan tidak langsung.

Tayangan Debat Pilpres 2019 Sebagai Media Pendidikan Politik dan Implementasi Bagi Milenial

Komisi Pemilihan Umum, menyelenggarakan acara debat Pilpres 2019 sebagai sebuah sarana uji kompetensi dalam mengutaran pendapat mengenai isu-isu yang nantinya akan dilontarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat Indonesia memiliki suatu

acuan untuk dijadikan referensi dalam menentukan pilihan saat pemilu. Acara ini tentu saja dihadiri oleh dua pasangan calon presiden dan calon wakil presiden, yakni Joko Widodo-Ma'aruf Amin pada nomor urut 01 dan Prabowo Subianto – Sandiaga Uno nomor 02. Selain itu, acara ini juga dihadiri oleh paendukung dari masing-masing pasangan, dipandu oleh pembawa acara dan panelis yang kredibel sesuai dengan bidangnya. Acara ini juga disiarkan di televisi sebagai media *mainstream* masyarakat Indonesia.

Yang menarik dalam debat Pilpres 2019 yakni, para kontestan tidak hanya disediakan waktu untuk menjawab pertanyaan yang sudah disiapkan secara acak, namun disediakan pula sesi untuk beradu argument selama 2 segmen. Ini merupakan sesi paling seru, karena masing-masing paslon bisa saling menanggapi dan saling memberikan pertanyaan satu sama lain dan diberikan waktu untuk menjawab dan menanggapi. Sebelumnya, KPU sudah menentukan jadwal dan topik pembahasan yang dibawakan.

Acara debat Pilpres dipandu oleh moderator yakni Ira Koesno dan Imam Priyono, ada pula Tomy Tjokro, Anisa Dasuki, Alfito Deannova, Putri Ayuningtyas, Retno Pinasti, Zulfikar Naghi, Balques manisang, Tomy Ristanto, serta sejumlah pemandu acara baik *off air* maupun *wall of fame* yakni Wanda Dwi Utari, Rori Ansyari, Aviani Malik, Reza Ramadhansyah, Priska Niken, Wahyu Wiwoho, Amie Ardhini, Andromeda Mercury, Reza Firmansyah, Tysa Novenny dan masih banyak lagi. Mereka berlatar belakang presenter dan mantan presenter televisi.

Sementara panelis dibagi berdasarkan tema yang dibawakan pada tiap debat, ada ketua KPK Agus Rahardjo, eks Ketua MA Bagir Manan, Ketua Komnas HAM Ahmad taufan Damanik, Guru Besar UI Hikmanto Juwana, ahli hukum tata negara Bivitri Susanti, Koordinator ICW Adnan Topan Husodo, mantan pimpinan KPK Bambang Widjojanto, ahli hukum tata negara Margarito Kamis, Rektor ITS Prof Joni Hermana, Rektor ITB Dr Arif Satria, ahli pertambangan ITB Irwandy Arif, pakar energi UGM Ahmad Agustiawan, pakar lingkungan Undip Sudharto P Hadi, pakar hukum lingkungan Suprato Wijoyo, direktur Eksekutif WALHI Nur Hidayati, Sekjen KPA Dewi Kartika dan masih banyak lagi. Sementara untuk undangan yang bisa hadir dalam debat Pilpres hanya orang yang membawa undangan saja, namun KPU menyiapkan tempat untuk masyarakat yang

ingin menyaksikan di area luar dengan nonton bareng (nobar).

Disiarkan secara langsung dari 11 stasiun televisi nasional dan 6 stasiun televisi lokal Indonesia, Debat Pilpres 2019 berlangsung selama 5 hari mulai dari bulan Januari 2019 hingga Maret 2019. Debat pertama berlangsung pada 17 Januari 2019, dengan tema yang diangkat mengenai Hukum, HAM, Anti-korupsi dan Terorisme. Stasiun TV yang bertugas menyiarkan secara langsung yaitu Kompas TV, TVRI, RRI, dan RTV. Selanjutnya 17 Februari 2019 dilakukan debat kedua dengan materi pembahasan debat seputar Energi, Pangan, Infrastruktur, SDA, dan Lingkungan Hidup, disiarkan oleh televisi milik MNC group yakni RCTI, GTV, MNC TV dan iNews.

Tanggal 17 Maret 2019 merupakan debat ke tiga yang diselenggarakan di Hotel Sultan Jakarta dengan pembahasan seputar Pendidikan, Kesehatan, SosBud dan Ketenagakerjaan, stasiun TV yang bertugas menyiarkan secara live yaitu Trans TV, Trans 7, dan CNN Indonesia. Selanjutnya debat keempat 30 Maret 2019 ditayangkan secara langsung oleh Metro TV, SCTV, dan Indosiar, dengan pembahasan debat seputar Ideologi, Pemerintahan Keamanan, serta Hubungan Internasional. Dan terakhir debat disiarkan oleh TVOne, ANTV, Berita Satu TV, dan Net TV dengan pembahasan debat mengenai Ekonomi, Industri, Investasi, Keuangan dan Kesejahteraan Nasional. (detiknews.com, 8 Fakta Seputar Pilpres 2019).

Nielsen.com (2019) mengemukakan dalam riset Nielsen TAM bahwa lewat acara debat Pilpres yang disiarkan di televisi meningkatkan tingkat kesadaran masyarakat terhadap dunia politik Indonesia. Ini terbukti dengan meningkatnya penonton debat pilpres 2019 dibandingkan pada debat pilpres sebelumnya yakni tahun 2014. Hal ini juga berbanding lurus dengan rating dan share yang diperoleh oleh stasiun TV yang menyiarkan debat Pilpres meningkat signifikan. Tahun ini televisi yang menyiarkan pun lebih banyak dibandingkan tahun 2014 yang hanya disiarkan di 13 stasiun televisi.

Debat Pilpres 2019, diharapkan bisa membuka mata dan wacana masyarakat tentang bagaimana Indonesia kedepan. Ini juga diharapkan bisa dijadikan masyarakat sebagai sarana atau medium pendidikan politik. Banyak hal yang bisa kita ketahui tentang bagaimana keadaan Indonesia saat ini dan kedepan akan bagaimana jika dibawah pemerintahan calon-

calon pasangan capres dan cawapres. Dari debat Pilpres kita juga bisa mengetahui bagaimana kredibilitas masing-masing paslon, sehingga diharapkan bisa menjadi acuan untuk berpartisipasi dalam pemilihan umum.

Pengamat politik dari Universitas Sriwijaya Palembang Prof Dr Alfitri mengatakan, debat politik calon presiden bukan menyoal menang atau kalah namun sebagai pendidikan politik bagi publik untuk mengetahui kemampuan intelektual, serta melihat dan mengetahui kecerdasan emosional dan strategi kepemimpinan calon presiden dan wakil presiden. Debat tersebut merupakan pembeajaran demokrasi paling berharga bagi masyarakat luas. Sehingga fenomena generasi milenial sebagai *swing voter* atau bahkan golput diharapkan tidak lagi terjadi.

Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan 4 orang informan yang terdiri dari latar belakang berbeda, usia, tempat tinggal serta tingkat pendidikan. Informan pertama seorang mahasiswi berusia 20 tahun yang mengaku sebagai pemilih dengan pengalaman pertama, menuturkan bahwa debat pilpres yang dilakukan KPU merupakan langkah yang baik untuk meningkatkan *awareness* generasi milenial pada politik di Indonesia. Khususnya bagi dirinya yang tidak paham dan tidak tertarik politik merasa penting untuk menyimak bagaimana para calon mengemukakan pendapatnya sehingga nantinya bisa diimplementasikan dalam aksi nyata. Dirinya mengaku menyaksikan debat pilpres juga sebagai penangkal akan berita hoaks yang banyak ia temukan di media *online* dan media sosial. Dengan pendidikan politik sederhana dari debat pilpres yang ditayangkan di televisi menambah wawasan politik dan paling tidak menjadikan dirinya yakin akan pilihannya.

Hal yang hampir mirip juga dikatakan oleh informan kedua yaitu seorang milenial yang berstatus sebagai pekerja berusia 24 tahun, dirinya sepakat bahwa dengan debat pilpres yang mereka tonton paling tidak bisa memberikan informasi dan edukasi gratis tentang sedikit kehidupan politik. Pemahaman akan isu-isu yang menyangkut Indonesia dipaparkan secara jelas dari para paslon sekaligus memberikan penilaian terhadap cara penyampaian pesan dan tingkat emosional dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi Negara Indonesia. Meski pada akhirnya dikembalikan kepada diri sendiri bagaimana mengolah data dan pesan dalam debat, namun cukup memberikan keinginan untuk berpartisipasi dalam pemilu 2019.

Informan ketiga merupakan seorang siswa tingkat akhir salah satu sekolah dibilangan Tangerang Selatan berusia 18 tahun, dirinya mengaku semula tidak terlalu peduli pemilihan umum. Mulai dari apa saja partai, siapa aktor politiknya, kandidatnya, bahkan fungsi dari kesemuanya tidak ia ketahui. Dirinya hanya sekedar mengetahui bahwa di Indonesia akan berlangsung pemilu tanpa mengetahui lebih lanjut apa saja substansinya. Dengan informasi yang ia dapatkan melalui keluarga mengenai pemilu dan bakal calon yang nantinya bisa ia pilih, ditambah dengan informasi pendidikan politik yang dia dapatkandari salah satu mata pelajaran yakni PKN (Pendidikan Kewarganegaraan) dan beberapa mata pelajaran yang disisipi para guru mengenai informasi seputar pemilihan umum. Di sekolahnya juga terdapat organisasi yang mencetak kader-kader muda yang berkepimpinan baik. Dalam materi yang disampaikan oleh guru dan sejumlah alumni, disampaikan pula pesan-pesan bermuatan pemilihan umum yang akan diselenggarakan di Indonesia pada masa itu. Hal-hal tersebut menjadikan dirinya perlu mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai pemilihan umum. Tayangan di televisi sangat membantu dirinya untuk menjadi warga yang lebih pandai dalam memahami tentang kenegaraan, berbagai permasalahan negara, fungsi politik dan substansi didalamnya, dan sebagai penentu tentang siapa yang akan dipilihnya.

Komisioner KPU Viryan Aziz menyebutkan, partisipasi pemilih pada Pemilu 2019 naik 10% dibanding pemilu sebelumnya. Angka partisipasi pemilih mencapai 81% dan mampu melampaui target nasional dari KPU yakni 77,5%. Menurut data yang dihimpun KPU, jumlah pemilih pemilu kali ini baik didalam maupun luar negeri mencapai 199.987.870, dan pemilih yang menggunakan hak pilihnya sebanyak 158.012.506. (kompas.com, 27/5). Ini merupakan prestasi baik ditengah isu banyaknya gerakan yang menyerukan untuk golput, terutama pada milenials.

Survei dan wawancara diatas merupakan pembuktian bahwa pendidikan politik lewat media televisi yang menayangkan acara debat Pilpres memberikan dampak positif bagi masyarakat luas terutama generasi milenial. Pendidikan politik yang baik dan ideal, menghasilkan output yang baik pula dengan bertambahnya jumlah pastisipan dalam pemilu 2019.

Generasi Milenial Sebagai Aktor Politik

Generasi milenial pertama kali diutarakan oleh William Strauss dan Neil pada tahun 1987 dalam buku *Millennial Rising "The Next Great Generation"* (2000). Generasi milenial menurutnya adalah anak-anak yang lahir sekitar tahun 1982 dan masuk usia pra-sekolah, pada saat itu media mulai menyebut generasi tersebut sebagai kelompok anak yang mulai terintegrasi dengan millennium saat sudah lulus tingkat sekolah menengah atas pada tahun 2000. Selanjutnya pada buku "*The Lucky Few: Between the Greatest Generation and The Baby Boom*" oleh Elwood Carlson (2008), generasi milenial adalah mereka yang lahir pada tahun 1983 sampai tahun 2001. (kemenppa.go.id, 2008).

Syarif Hidayatullah dkk (2018) menyebutkan bahwa generasi milenial merupakan anak yang hidup diantara tahun 90-an menuju 2000-an. Bisa dikatakan juga sebagai anak-anak yang hidup dalam masa peralihan, dimana era 2000-an teknologi mulai masuk di berbagai bidang dalam kehidupan. Generasi ini biasanya adalah orang-orang yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000.

Jika dilihat dari tahun rentan kelahiran, dapat disimpulkan bahwa generasi milenial adalah mereka yang kini berusia 18 tahun hingga 34 tahun. Jika dilihat dari perkembangan teknologi, mereka adalah generasi yang mengalami peralihan teknologi dari analog ke digital. Dari situ kita bisa menyimpulkan bahwa generasi milenial adalah mereka yang sangat *aware* dengan teknologi dan *gadget*, pembawaan dinamis dan cenderung berubah-ubah, kritis dalam segala hal disekitarnya baik dalam hal gaya hidup, sosial, ekonomi bahkan politik.

Generasi muda atau generasi milenial sebagai aktor politik atau pelaku politik, memiliki peran yang cukup besar dalam menentukan arah bangsa Indonesia. Kontribusi terhadap perubahan yang telah dilakukan untuk memajukan bangsa tidak bisa disepelekan dan diragukan. Generasi milenial memang sudah semestinya dilibatkan dalam aktifitas politik, agar keberadaannya terasa lebih dihargai, kesempatan dan ruang untuk tampil dan unjuk kebolehan dalam strategi menjadikan Indonesia mejadi bangsa yang lebih maju, bisa direalisasikan dengan tidak meragukan kehadiran generasi milenial sebagai generasi penerus.

Informan ke empat adalah staf pengajar yang juga masuk dalam kategori milenial, yakni berusia 28 tahun. Dirinya merasa perlu

menyisipkan unsur-unsur politik dalam artian positif kepada siswa di kelas. Hal tersebut untuk meningkatkan tingkat kesadaran politik pada generasi muda sebagai generasi penerus adalah kewajiban baginya sebagai pengajar dan warga negara Indonesia. Informasi seputar politik yang disampaikan tidak jauh dari subjek yang berhubungan dengan masa depan dan pendidikan. Sebagaimana diketahui bahwa ternyata siswa yang diajarnya tidak semua mengetahui bahkan memiliki tingkat kesadaran yang mumpuni dalam politik terlebih pemilihan umum. Dirinya berupaya memberikan tugas atau pekerjaan rumah kepada siswanya untuk meyakinkan tayangan debat pilpres dan membuat resume lalu mengambil dan memetik poin yang dibahas. Baginya, ini merupakan langkah kecil untuk menjadikan para siswa untuk berpartisipasi sebagai kewajiban warga masyarakat yang tinggal di Indonesia dan memiliki pilihan dalam pemilu.

Anak muda dan generasi milenial di kancah politik, saat ini bisa dilihat dalam keterlibatan dalam legislatif. Wildanshah dalam kumparan (2019), setidaknya ada 24 orang anggota DPR dari generasi milenial dengan rentan usia 23 tahun hingga 30 tahun, dari berbagai partai. Ada Hillary Brigitta Lasut (23 tahun) dari Partai Nasdem, Farah Putri Nahlia (23 tahun) dari PAN, Rizki Aulia Rahman Natakusumah (24 tahun) dari Partai Demokrat, Marthen Douw (29 tahun) dari PKB dan masih banyak lagi.

Tidak hanya sebatas itu, Presiden terpilih Joko Widodo baru saja menunjuk 7 orang staf khusus kepresidenan yang berasal dari generasi milenial. 7 orang milenial itu datang dari berbagai latar belakang. Sebut saja Putri Tanjung yang merupakan anak pertama dari Chairil Tanjung berusia 23 tahun. Putri Tanjung dikenal sebagai sosok yang menjabat sebagai CEO dan founder dari Creativepreneur Event Creator. Ada pula Adamas Belva Syah Devara, CEO dan co-Founder Ruangguru. Ia pernah dianugerahi sebagai salah satu 30 pengusaha dibawah 30 tahun versi majalah Forbes. Selanjutnya ada Angkie Yudistia 32 tahun, yang dikenal sebagai pendiri Thisable Enterprise. Lalu Gracia Billy Yosaphat, Aminudin Ma'aruf, dan Andi Taufan Garuda Putra.

Tentu saja hal ini bukan tanpa alasan, Mada Sukmajati seorang Pengamat Politik dari Universitas Gajah Mada dalam Kompas.com (2019), terdapat beberapa alasan terkait Presiden Jokowi memilih generasi milenial

yang diangkat sebagai staf khususnya, salah satunya adalah presiden Jokowi memerlukan ide-ide yang lebih *out of the box*, gagasan yang lebih segar, kreatif dan inovatif yang biasanya muncul dari anak muda. Adapula alasan dengan terpilihnya anak muda non-politik ini, dijadikan sebagai pertimbangan jangka panjang yang lebih fleksibel.

Stasiun Televisi Saluran Pendidikan Politik

Pada wawancara yang dilakukan kepada empat informan yang memiliki latar belakang berbeda, keempat informan mengaku membuka dengan terbuka segala informasi yang didapatkan baik dari media elektronik, media sosial, bahkan media iklan yang tidak bergerak seperti poster, spanduk, baliho tentang pemilu 2019. Hadirnya acara debat pilpres 2019 yang ditayangkan ditelvisi memberikan dampak positif yang secara sadar tidak hadir ditengah-tengah kesibukan mereka. Politik bukan semata-mata mengenal tentang bagaimana kepentingan dan kebijakan semata, namun memahami bagaimana substansi didalamnya yang bisa membawa perubahan ke arah positif bagi warga masyarakat.

Saat ditanya mengenai saluran televisi apa yang dijadikan sebagai tontonan mereka pada tayangan debat pilpres 2019, informan pertama, kedua dan keempat menyebutkan Metro TV, selain saluran yang diterima pada televisinya bagus dan tidak ada gangguan, menurutnya suhunan dari Metro TV kompleks dengan pembahasan dalam diskusi *talk show* yang juga menghadirkan narasumber kompeten untuk menanggapi bagaimana berjalannya acara dan jawaban-jawaban yang dilontarkan oleh kontestan. Metro TV juga dianggap informan sebagai televisi berita terpercaya dengan sumber berita yang beragam, sehingga pemenuhan informasi dan edukasi terbalut dengan rapi serta dalam menyaksikan acara tidak terasa membosankan, dengan kata lain Metro TV berhasil menyajikan informasi yang informan butuhkan. Sementara pada informan ketiga mengaku memilih TVOne sebagai saluran pendidikan politik. Hal itu dilontarkan lantaran mengikuti acuan keluarga untuk memilih TVOne. Sebagai anak muda yang orientasinya masih kepada hal-hal yang *up-to-date*, mengkonsumsi berita bukanlah kewajibannya namun hanya sebagai pelengkap dan pendukung pendidikannya.

KESIMPULAN

Pemanfaatan media televisi sebagai media massa konvensional yang bisa diakses

secara gratis telah dijadikan generasi milenial sebagai pemilih muda dan pemula sebagai sumber informasi dan pendidikan politik. Debat pilpres yang diselenggarakan oleh KPU dan ditayangkan di semua saluran televisi nasional Indonesia, dijadikan sebagai ajang adu pengetahuan strategi para paslon dan uji kredibilitas serta kampanye bagi para politisi. Hal ini dijadikan pula sebagai sarana pendidikan politik yang ideal untuk bisa membuka wawasan dan wacana bagi generasi milenial yang suaranya sangat mempengaruhi hasil pemilihan umum. Milenial sebagai generasi yang kritis dan dinamis diharapkan akan terus berpartisipasi dalam memajukan masa depan berbangsa dan bernegara, dan terus mendukung demokrasi politik Indonesia dengan cara yang positif. Kini, tidak perlu lagi meragukan keterlibatan generasi milenial dalam kancah politik. Turut hadirnya generasi milenial yang berani maju dalam legislatif dan sejumlah nama yang terpilih sebagai staff khusus kepresidenan membuktikan bahwa pendidikan politik kini sudah merasuk pada jiwa generasi milenial. Keterlibatan generasi milenial tak lepas dari peran media yang hadir ditengah-tengah kehidupan berbangsa dan bernegara. Diharapkan, dengan hadirnya generasi milenial dalam kancah politik, mampu membawa Indonesia pada kehidupan yang lebih baik.

Sebagai stasiun televisi yang menyajikan tayangan debat Pilpres 2019, Metro TV terpilih sebagai saluran yang paling banyak ditonton informan, sebagai pemenuhan pendidikan politik. Hal itu dikarenakan Metro TV sebagai televisi berita dianggap sebagai penyaji yang tidak membosankan dengan mengkolaborasikan tayangan debat dengan diskusi *talk show* dan menghadirkan narasumber yang kredibel untuk membahasnya. Metro TV dipercaya sebagai televisi dengan konten berita yang mumpuni dibanding saluran lainnya.

Lima elemen pada pembahasan mengenai teori *Uses and Gratification*, terpenuhi dengan baik dimana khalayak menjadi aktor pengguna media untuk mendapatkan kepuasan terhadap pemenuhan kebutuhan. Elemen tersebut yaitu; audien adalah pengguna media, adanya inisiatif yang menghubungkan antara kebutuhan informasi dan edukasi dengan media yang menjadi pilihan, adanya persaingan antar media dalam penyajian konten berita dalam konteks tayangan debat pilpres 2019, terdapat kesadaran dari pengguna media untuk

menggunakan media, dan adanya pertimbangan secara nilai isi media dengan kepentingan dan tujuan yang ingin dicapai audien.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. 1990. *Masalah dan Prospek Pembangunan Politik di Indonesia, Kumpulan Karangan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Baran, J. Stenley & Dennis K. Davis. 2000. *Mass Communication Theory*. California: Foundation, Ferment, and Future.
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar Dasar Ilmu Politik, Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Creswell, John. 1994. *Reseach Design Qualitative & Quantitaive Approach*. London: SAGE Publication.Inc.
- Kantaprawira, Rusadi. 2004. *Sistem Politik Indonesia, Suatu Model Pengantar, Edisi Revisi*. Bandung: Sinar baru Algensindo.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak. 2018. *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*.
- Marissa Marlein Fenyapwain. 2013. Pengaruh Iklan Politik Dalam Pemilukada Minahasa Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Di Desa Tounelet Kecamatan Kakas. *Journal “Acta Diurna”*, 1 (1).
- Mc Closky, Herbert .1972. *Political Participation, International Encyclopedia of The Social Sciences* ed.ke.2. New York: Mac Milan Company.
- Morissan. 2016. Tingkat Partisipasi Politik Dan Sosial Generasi Muda Pengguna Media Sosial. *Jurnal Visi Komunikasi*, 15 (1): 97-113.
- Nainggolan, Bestian. 2018. Dinamika Konsentrasi Pasar Industri Pertelevisian nasional. *Jurnal ASPIKOM*, 3 (4): 767-782.
- Naning, Ramdlang. 1982. *Pendidikan Politik dan Regenerasi*. Jakarta: Liberty.
- Nurudin. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Surbakti, Ramlan. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Widya Pustaka Utama.
- Sumadi, Suryabrata. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Raga.
- Syarif Hidayatullah, Abdul Waris, Riezky Chris Devianti, Syafitrilliana Ratna Sari, Irawan Ardi Wibowo, Pande Made PW. 2018. Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal manajemen & keriwusahaan*, 6 (2): 240-249.
- Ticoalu, Tiffany W M, dkk. 2015. Pemberdayaan Media Massa Dalam Meningkatkan Pendidikan Politik Pada Masyarakat Kelurahan Wewelwn Kecamatan Tondano Barat Kabupaten Minahasa. *e-journal “ActaDiurna”* IV (3).