

Pilkada 2018 dan Generasi Now

Oleh Gatut Priyowidodo, Ph.D

Sebutan 2018 adalah tahun politik, tidak sepenuhnya konsep yang benar. Sebab pasca reformasi hampir setiap tahun adalah tahun politik. Itu ditandai dengan serangkaian pemilu dan pilkada yang silih berganti setiap tahun.

Jika tahun ini gaung seolah bergema kencang, lantaran ada pilkada serentak yang terjadi di 171 daerah untuk pemilihan 17 gubernur, 115 bupati dan 39 walikota. Data KPU mencatat ada 569 bakal calon dan 13 diantaranya bertarung memperebutkan posisi bupati/walikota tanpa kompetitor alias calon tunggal.

2018, semakin menemukan momentum, karena tahun ini adalah tahun pemanasan sebelum Pilpres 2019. Kemenangan pada setiap daerah pemilihan, akan memberi sinyal peta kekuatan siapa capres/cawapres yang bakal dominan di daerah tersebut. Itu artinya, Pilkada serentak 27 Juni 2018 ini, juga menjadi ajang pertarungan perebutan tiket politik yang sangat mahal.

Minat Politik Rendah

Lalu apa menariknya pilkada bagi pemilih pemula yang populer dengan sebutan generasi *now* atau generasi milenial? Ternyata tema-tema politik bagi kalangan generasi milenial tidak terlalu penting. Hasil kajian litbang *Kompas* (2017) menemukan bahwa hanya 11% anak-anak muda ini yang mau menjadi anggota partai politik. Lebih mengejutkan lagi hasil riset CSIS (November, 2017) yang menyebutkan hanya 2,3% generasi milenial yang tertarik pada isu-isu sosial politik.

Data itu bisa kita baca sebagai *alert* yang sangat memprihatinkan. Terlebih jika disadari bahwa jumlah pemilih pada Pilkada serentak 2018 ini mencapai 160 juta lebih dan separonya adalah pemilih pemula, tentu situasi ini sangat menguatirkan. Apapun alasannya, partai politik dan pemerintah wajib mendorong agar generasi milenial ini tetap mau berpartisipasi dalam proses penentuan pemimpin mereka untuk lima tahun kedepan.

Tidak mudah memang meyakinkan generasi Y (1980-1999) dan Z (diatas tahun 2000) ini. Mereka memiliki persepsi sendiri terkait politik yang tentu jauh berbeda dengan pengalaman historik-psikologis generasi orang tua mereka. Terlebih ada label yang melekat pada generasi milenial sebagai sekelompok anak muda yang berkarakter individualistis, bergantung pada teknologi informasi dan apatis atau cuek terhadap politik.

Bila pihak-pihak yang punya tanggungjawab terhadap mereka abai bahkan menganggap tren a-politik hal yang biasa dan cenderung dibiarkan, masa depan bangsa ini adalah pertaruhannya. Tidak ada pilihan lain, kecuali harus merangkul generasi milineal sebagai aset bangsa yang maha penting. Bukan saja dari sisi kuantitas mereka sangat signifikan, tetapi potensi melek teknologi juga amat diperlukan demi memenangkan kompetisi antarbangsa yang sangat ketat.

Interaksi dan komunikasi berbasis teknologi yang menjadi ciri khas mereka, harus diimbangi oleh generasi sebelumnya. Jika tidak, mereka bukan semakin menjauh tetapi mungkin semakin hilang dari radar pengamatan karena akan asyik dengan dunianya yang serba digital. Untuk apa mereka berpolitik yang serba penuh intrik dan kotor, jika kebutuhan mereka akan sesuatu yang menyenangkan sudah terpenuhi di dunia maya?

Patut dicatat bahwa generasi milineal adalah 81,7 % pemilik akun facebook, 70,3 % Whatapps, 54,7% Instagram, merangkak naik vloger diminati generasi ini dan tren yang

semakin menurun adalah kepemilikan akun twitter 23,7 %. (CSIS, 2017). Kepemilikan akun media sosial itu juga menjadi penanda, bahwa permainan dan perjumpaan antar mereka semakin intens di alam maya bukan di dunia senyatanya. Jika ini tidak memperoleh perhatian serius, tidak mustahil negara akan banyak kehilangan aset bangsa cerdas karena sebuah kekhilafan yang disengaja secara sadar.

Tidak masalah jika kepeminatan mereka terkait hal-hal yang positif, tetapi bagaimana jika isu-isu yang dibangun, dipercekapkan, dipertukarkan dan ditindaklanjuti adalah isu-isu yang bersifat destruktif? Siapa yang mampu mengontrol mereka? Ini yang tetap harus memperoleh perhatian serius. Tidak cukup jika hanya mengandalkan Badan Siber dan Sandi Negara yang baru dibentuk 4 Januari 2018.

Pilkada serentak 2018, adalah pilkada dengan warna penggunaan sosial media yang sangat masif. Baru isu, belum ada pembuktiannya secara material bisa melempar orang dari gelanggang pertarungan dan menghempaskan karir politik yang bertahun-tahun dirintis. Kasus Azwar Anas calon Wakil Gubernur Jatim pendamping Gus Ipul yang diusung PKB-PDIP adalah contoh riil, Hanya beberapa hari menjelang penutupan pendaftaran calon, beredar gambar paha seorang perempuan melintang di pangkuan seseorang yang mirip si calon tersebut, berimplikasi fatal. Ia harus mundur dari pencalonan. Itu baru satu contoh.

Momentum Pilkada serentak ataupun Pilpres, adalah momen yang sangat krusial. Ia bisa menghabisi secara sadis lawan-lawan politik yang tidak sealiran jika tembakan diluncurkan pada sasaran yang tepat. Namun sebaliknya ia juga sangat konstruktif mem-*blasting* pesan secara massif dan personal karena hanya dalam waktu sangat singkat sudah masuk ranah domestik yang bisa jadi merubah sikap politik seseorang.

Intinya, momen politik baik Pilkada atau Pilpres adalah ajang pertarungan bagaimana sigap dan cerdas memobilisir sumberdaya yang dimiliki khususnya media sosial. Bukan dianggap sebelah mata, tetapi media-media konvensional kerap kalah cepat dalam merespon sesuatu yang bersifat viral. Nah, generasi *now* sangat tidak sabar dengan sesuatu yang bersifat *slow responds*. Kedalaman dan keutuhan pesan atau berita tidak utama, tetapi kecepatan yang penting. Poinnya percakapan tetap up date dan tidak ketinggalan trending topic. Inilah karakteristik pemilih yang sekarang dihadapi oleh para kontestan di Pilkada serentak.

***Gatut Priyowidodo, Ph.D** Ketua Pusat Kajian Komunikasi Petra (PKKP) dan Dosen Tetap Program Studi Ilmu Komunikasi UK Petra Surabaya.