



Rita Gani

Dosen Jurnalistik, Fikom Unisba

ACARA debat pertama pasangan calon Gubernur Jawa Barat sudah digelar Senin 12 Maret 2018. Uraian program, visi, misi, dan alasan mengapa mereka layak dipilih pun sudah disampaikan. Sebagaimana tujuannya, debat memang di-maksudkan agar warga Jawa Barat punya gambaran tentang apa dan bagaimana calon pimpinan mereka untuk lima tahun ke depan. Empat pasangan calon sudah menjadi topik menarik di dalam banyak ruang obrolan, mulai dari yang sifatnya santai hingga serius. Salah satunya adalah perbandingan santai di sela-sela materi kuliah di ruang kelas yang penulis ampu, anggota kelas adalah mahasiswa semester kedua yang notabene baru punya hak pilih tahun ini (pemilih pemula). Sehari setelah acara debat yang ditayangkan di salah satu televisi swasta, penulis membahasnya di ruang kelas. Sayangnya, dari 41 mahasiswa yang hadir saat itu, hanya 2 orang yang menontonya. Itu pun karena orang tua di rumah menontonya dan mereka hanya menonton sekilas. Banyak alasan yang di-

kemukakan mengapa acara debat-debat tersebut kurang menarik bagi mereka. Di antaranya karena mereka sudah tidak tertarik menonton televisi atau menganggap acara membosankan, nanti bisa menontonnya di Youtube, bukan berasal dari Jawa Barat, dan sebagainya. Fakta ini menjelaskan bahwa di antara mereka tidak ada satu pun yang benar-benar berniat menonton acara tersebut dari awal, untuk mengetahui bagaimana calon pemimpin yang akan mereka pilih. Hal ini berbanding terbalik dengan antusiasme mereka untuk datang memilih ke tempat pemilihan Juni nanti.

Pemilih pemula

Para mahasiswa semester kedua yang menjadi teman diskusi di kelas adalah pemilih pemula yang baru mendapatkan hak pilihnya di pemilihan kepala daerah Juni 2018. Mereka merupakan sasaran yang harus diperhitungkan oleh masing-masing tim sukses di pilkada nanti. Karena berdasarkan data yang dirilis KPU Jabar, direvisi jumlah pemilih pemula di Jabar tahun 2018 sebesar 30% (sekitar 10-12 juta

jiwa) dari jumlah keseluruhan pemilih. Karena persentasi yang cukup besar ini, diperlukan sosialisasi dari berbagai pihak kepada pemilih pemula, terutama untuk mencapai target angka partisipasi pemilih sebesar 78% sebagaimana yang ditargetkan Kemendagri dan KPU pusat. Namun, sejauh ini penulis mengamati belum ada strategi khusus dari masing-masing paslon Gubernur Jabar untuk secara khusus menarik minat para pemilih tersebut. Selain beberapa program berbasis internet yang "katanya" menasar generasi milenial.

Suara generasi milenial adalah "suara kekinian" yang hendaknya menjadi bagian khusus yang harus diperhatikan para paslon Gubernur Jabar. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh The Generational Lifestyles Survey (2015), usia mahasiswa berada pada klasifikasi generasi Z (usia 15-20) dan generasi milenial (usia 21-34 tahun) atau secara umum dikenal dengan istilah *digital native*. Mereka adalah generasi yang lahir dari revolusi teknologi, terhitung sangat akrab dengan teknologi digital, dan menghabiskan sebagian besar waktu mereka di depan perangkat digital. Oleh karena itu, menontón acara televisi dan membaca surat kabar bukan lagi menjadi bagian kebiasaan mereka. Televisi dan surat kabar adalah jenis media

massa yang bagi mereka se-kadar ada, tetapi kurang menarik diakrabi.

Ya, generasi milenial ini mengalami perubahan pada pola konsumsi media, ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Mick Couihan (1972) dalam Morley dan Brunson bahwa orientasi "apa yang dilakukan media pada khalayak" kini telah bergeser menjadi "apa yang dilakukan khalayak pada media". Hal ini disebabkan khalayak kini cenderung lebih aktif memilih produksi media sesuai cara pandang dan kebutuhan media. Bagi mereka, kegiatan menontón acara televisi atau membaca surat kabar adalah seperti "paksaan" dan tidak menyenangkan. Oleh karena itu, kanal Youtube dan berbagai situs berita daring adalah pilihan utama mereka untuk mengetahui berbagai perkembangan dan peristiwa di sekitarnya. Berdasarkan survei singkat yang selalu penulis lakukan di berbagai kelas saat pertama masuk, saat ini rata-rata mahasiswa memiliki akun media sosial antara 6-8 jenis dan digunakan aktif setiap hari. Dari bangun hingga menjelang tidur, mereka mendapatkan informasi, hiburan, belajar sekaligus berbagai pengaruh dari media baru tersebut. Kondisi ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Baran dan Davis (2003:10) bahwa perkembangan teknologi dalam indus-

tri komunikasi menyebabkan konsumsi media kontemporer lebih memiliki kontrol atas muatan sekaligus seleksi media. Karena pilihan media mereka saat ini adalah media massa baru yang berbasis internet (digital), wajar kiranya bila rangkaian informasi yang tersalurkan lewat televisi dan surat kabar tidak mereka ketahui.

Menyimak rangkaian kondisi ini, para paslon yang akan "bertarung" program demi menduduki posisi Gubernur dan Wakil Gubernur Jabar, perlu memikirkan berbagai pendekatan dan strategi untuk menjaring suara generasi milenial ini, khususnya jenis media massa yang digunakan untuk menyampaikan visi dan misi program. Juga tidak cukup halo-halo program dan kegiatan menarik para pasangan di berbagai media sosial karena pada kenyataannya tidak semua paslon "diikuti" (di-follow) oleh para pemilih pemula. Akan menarik kiranya bila setiap paslon bisa memanfaatkan antusiasme pengalaman pertama mereka sebagai pemilih pemula dalam berbagai kegiatan nyata. Tentu masih cukup banyak waktu menjelang saat pemilihan tiba, semoga suara generasi milenial ini bisa memenuhi target yang ditetapkan oleh Kemendagri dan KPU pusat. Karena kinilah saaatnya aspirasi dan partisipasi politik mereka mulai disuarakan. ***