

PENGUKURAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA BALIHO PADA PEMILIHAN UMUM 2019 TERHADAP GENERASI MILENIAL

Ida Ayu Sutarini

*Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali
idaayusutarini@gmail.com*

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze effectiveness billboares as a medium of political communication toward the millennial generation at the momentum of the 2019 legislative elections. Therefore, the problem of this study was about the use of billboard media in increasing electability for millennial generations. This study was using qualitative approach. Datas were collected through Purposive Sampling, and interviews with millennial generation with an age range of 15-35 years. The results of this study indicated that the billboard was a success practical political communication media. Messeges and information contained can be directly communicated to the society that can be interpreted directly, the cost-effectiveness by user of billboards.

Keywords: millennial generation, billboard, election

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan baliho sebagai komunikasi politik terhadap generasi milenial pada momentum pemilihan umum legislatif tahun 2019. Oleh karena itu, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah mengenai efektivitas penggunaan media baliho dalam meningkatkan elektabilitas bagi generasi milenial. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data Purposive Sampling, infroman penelitian ini adalah generasi milenial dengan rentang usia 15-35 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baliho merupakan media komunikasi politik yang sukses untuk mengkonstruksi elektabilitas bakal calon legislatif, karena media ini dianggap lebih mudah, cepat, dan tepat sasaran.

Kata Kunci: generasi milenial, media baliho, pemilihan umum

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki kelimpahan warga dengan usia produktif kerja, hal tersebut didasari oleh data dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2010 (BPS, 2019) mereka adalah penduduk yang berusia antara 15-34 tahun dengan jumlah adalah 34.47 persen. Generasi tersebut dikenal sebagai Generasi Milenial atau generasi Y yang lahir antara tahun 1980-2000. Generasi ini tidak bisa dipisahkan dan memiliki ketergantungan yang sangat tinggi akan penggunaan internet, hal itu disebabkan karena sejak lahir mereka sudah mengenal internet. Persebaran Internet juga berdampak pada perkembangan generasi milenial untuk dapat terhubung dengan orang lain bahkan di belahan negara lain tanpa batas sekat geografis, sehingga generasi ini disebut dengan generasi *connected*. Berita dan informasi diterima dengan cepat melalui portal berita online. Gawai merupakan mediator utama bagi generasi milenial untuk bersosialisasi baik secara *online* maupun *offline*. Kemudahan yang diberikan perangkat ini untuk berkomunikasi membuat gawai menjadi alat yang sangat penting. Berdasarkan bulletin Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna aktif gawai di Indonesia sebanyak 70,96 persen (APJII, 2019).

Generasi milenial merupakan generasi mayoritas di Indonesia, dari sudut pandang politik jumlah suara mereka dibutuhkan dimasa mendatang dan harus diperhitungkan. Dalam konteks pembelajaran demokrasi, generasi ini mendapat pembelajaran demokrasi yang lebih matang dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Secara frekuensi, milenial lebih banyak melalui tahapan pemilu yang lebih demokratis, solid, dan ideal. Keterbukaan pers dan perkembangan teknologi informasi membuat milenial secara tidak langsung ikut menjadi pengawas jalannya pemerintahan. Milenial menjadi bagian sistem kontrol pemerintahan, generasi ini juga lebih mudah mengkritisi kebijakan yang diambil oleh penyelenggaraan negara dengan menyuarakannya melalui media yang ada di ruang publik. Kanal media sosial saat ini bisa digunakan secara massif sebagai jalan untuk menggerakkan opini publik dalam mengontrol setiap kebijakan pemerintah.

Penyelenggaraan pemilihan umum calon legislatif adalah prosesi ketatanegaraan yang dilakukan melalui mekanisme tertentu sebagaimana diatur dalam sistem perundang-undangan. Berdasarkan mekanisme tersebut, setiap bakal calon legislatif melakukan kampanye dengan menggunakan berbagai media promosi untuk menyatakan kesiapan pencalonannya kepada masyarakat luas. Media promosi yang paling sering digunakan oleh bakal calon legislatif adalah penggunaan media baliho. Tujuannya menggunakan baliho adalah untuk meraih empati masyarakat dengan menampilkan foto wajah dan disisipkan visi dan misi calon legislatif. Melalui media tersebut, persepsi, pandangan, dan sikap politik masyarakat dibentuk, bahkan dimanipulasi. Politik menjadi politik pencitraan yang merayakan citra dibandingkan dengan kompetensi politik.

Terlepas dari uraian di atas, baliho secara definisi diartikan sebagai publikasi yang berlebih-lebihan ukurannya agar menarik perhatian masyarakat, yang pada umumnya berbentuk gambar dan diletakan pada tempat-tempat yang ramai. Disamping ukurannya yang massif, ditambah penempatan media tersebut di tempat-tempat strategis yang ramai dilalui dan pada prinsipnya bertujuan untuk memudahkan ingatan warga masyarakat kepada bakal calon legislatif. Dampak negatif yang dihasilkan oleh baliho adalah menimbulkan kekumuhan wajah kota sebagai konsekuensi logis yang tidak dapat dihindari. Penempatan baliho bakal calon tidak diletakan secara beraturan, sehingga menambah kesemerawutan estetika ruang publik. Peneliti membatasi lingkup pembahasannya pada hal-hal yang berkaitan dengan persepsi generasi milenial mengenai penggunaan media baliho dalam pemilihan umum tahun 2019. Agar penelitian ini lebih terarah maka objek penelitian ini dibatasi pada penggunaannya, dengan indikator yang digunakan adalah efektivitas dari penggunaan media baliho.

KERANGKA DASARTEORI

Konsep Efektivitas

Efektivitas selalu berkaitan dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Efektivitas dilihat dari sudut pandang dan dapat dinilai dengan berbagai cara dan mempunyai kaitan yang erat dengan efisiensi. Menurut Arthur G. Gedeian dkk dalam bukunya *Organization Theory and Design*, semakin besar efektivitas menghasilkan pencapaian tujuan-tujuan organisasi semakin besar pula hasil yang didapat (Gedeian, 1991). Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan timbal balik antara *output* dengan tujuan. Semakin besar kontribusi *output*, maka semakin efektif suatu program atau kegiatan. Efektivitas berfokus kepada hasil, program, atau kegiatan yang dinilai efektif apabila hasil yang didapatkan memenuhi tujuan dan harapan.

Dari sudut pandang politik terhadap pemanfaatan media sebagai fungsi sosialisasi politik, indikator efektif dapat diukur dengan melihat seberapa besar media politik

tersebut mampu mendorong simpati masyarakat dalam meningkatkan elektibilitas bakal calon legislatif, sehingga memungkinkan tercapainya tujuan pemenangan. Jadi, indikator efektivitas dalam tulisan ini adalah melibatkan pencapaian suatu kelompok atau individu bakal calon legislatif.

Baliho sebagai Media Politik

Media baliho merupakan alat penyampaian yang ingin menjelaskan secara visual mengenai adanya suatu agenda kegiatan sehingga dapat dilihat oleh banyak orang. Ukuran media ini sangat besar, unsur-unsur di dalamnya terdapat teks dan gambar. Jangka waktu publikasi media ini relatif singkat, apalagi jika digunakan sebagai alat peraga politik (Pujiriyanto, 2005). Media ini khusus digunakan sebagai interaksi politik antara calon legislatif dengan pemilih. Melalui baliho, bakal calon legislatif ingin menunjukkan diri dan identitas politiknya, dengan demikian terbangun hubungan timbal balik secara interaktif antar kedua belah pihak, walaupun pada akhirnya interaksi itu lebih bersifat pasif (Piliang, 2003). Jadi dapat diinterpretasikan bahwa baliho digunakan untuk menunjukkan identitas bakal calon legislatif dan merupakan media interaktif yang terkonstruksi melalui simbol dan bahasa yang termuat di dalam baliho.

Penempatan baliho biasanya diletakan di ruang-ruang terbuka dan strategis dan pada dasarnya ditujukan untuk pengguna jalan sebagai calon pembaca agar mengetahui informasi yang ada di dalam baliho. Maka dalam kaitannya dengan agenda politik, baliho adalah alat sosialisasi yang mengkampanyekan figur pasangan calon dan visi misi pencalonannya dalam pemilihan umum. Pemasangan alat peraga politik yang tercantum dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 14 Pasal 22 tidak mengatur secara detail mengenai ukuran dan baliho, kecuali pemasangan baliho harus memperhatikan etika, estetika, dan keindahan tata ruang sehingga tidak menyebabkan kekumuhan wajah kota.

Generasi Milenial

Milenial adalah generasi yang tumbuh seiring perkembangan teknologi, khususnya internet dan gadget. Milenial adalah generasi yang lahir tahun 1980-2000. Artinya, pertumbuhan Generasi Milenial diiringin dengan perkembangan internet. Perkembangan internet sejalan dengan perkembangan teknologi informasi yang lain, khususnya personal Computer (PC), laptop, netbook, ponsel, dan gawai (Schiffman & Kanuk, 2000). Saat ini, internet bukan barang langka lagi. Dari perkotaan yang ramai hingga perdesaan yang sepi, kita dengan mudah mengakses internet, baik melalui komputer maupun gadget yang lain. Bagi Milenial, internet sudah bukan lagi menjadi kebutuhan tersier atau sekunder, tetapi kebutuhan primer. Ciri khas dari generasi ini adalah tingkat pendidikan dan pengetahuannya lebih baik daripada generasi sebelumnya. Berdasarkan pendapat Kilber, citra yang terbentuk pada generasi milenial adalah kecanduan internet, kepercayaan diri tinggi, dan lebih terbuka dan bertoleransi terhadap perubahan (Panjaitan & Prasetya, 2017).

Tipologi Pemilih Generasi Milenial

Indonesia adalah negara yang menerapkan sistem demokrasi. Sistem pemilu tidak hanya untuk memilih perwakilan lembaga legislatif secara langsung, tetapi juga presiden dan kepala daerah sebagai eksekutif. Dalam pemilu setidaknya terdapat tiga entitas yang terlibat, yaitu penyelenggara pemilu (Komisi Pemilihan Umum), peserta pemilu (partai politik, calon presiden, dan calon kepala daerah), dan pemilih (masyarakat sipil). Istilah perilaku pemilih merupakan gabungan antara "perilaku" dan "pemilih". Perilaku menyangkut sikap manusia yang akan bertindak sesuatu. Undang-Undang No. 8 tahun 2012 menyatakan definisi pemilih adalah

warga negara Indonesia yang telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin.

Perilaku pemilih adalah semua pihak yang menjadi tujuan utama pada konsestan untuk mereka pengaruhi dan yakin agar mendukung dan memberikan suara (memilih) kontestan yang bersangkutan (Ali & Purwandi, 2017). Menurut Ramlah Surbakti dalam uraian Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi, perilaku pemilih didefinisikan sebagai aktifitas pemberian suara oleh individu yang berkaitan erat dengan pengambilan keputusan untuk memilih atau tidak memilih di dalam suatu pemilihan umum; bila pemilih memutuskan untuk memilih, pemilih akan memutuskan memilih atau mendukung kandidat tertentu (Ali & Purwandi, 2017). Tingkah laku atau tindakan individu dalam proses pemberian suara meliputi tiga aspek, yaitu *preferensi* (orientasi terhadap isu, orientasi terhadap kualitas personal kandidat, dan *identifikasi* partai), aktivitas (keterlibatan dalam partai politik tertentu, keterlibatan dalam setiap kampanye, dan kehadiran dalam pemungutan suara), dan pilihan terhadap salah satu partai politik tertentu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memfokuskan mengenai efektivitas media baliho terhadap elektabilitas bakal calon legislatif di mata generasi milenial dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan penggunaan metode kualitatif adalah meneliti lebih dalam mengenai gejala, fakta atau realita (Raco, 2010). Realita yang diinterpretasi lebih mendalam dengan menggunakan data-data yang telah dikumpulkan. Teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, informan penelitian ini adalah masyarakat generasi milenial yang dibatasi dari umur 17-34 tahun untuk memperoleh data kualitatif berupa informasi lisan melalui wawancara terstruktur. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan kajian dokumen. Sedangkan teknis analisis data yang digunakan adalah analisis budaya visual, di mana visual menjadi bagian dari kehidupan sosial (Ida, 2014)

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Media baliho tergolong sukses untuk mengkonstruksi elektabilitas bakal calon legislatif dalam rangka mencapai kemenangannya dalam benak generasi milenial. Alasannya, pembentukan persepsi politik kepada calon pemilih bisa lebih murah, mudah, cepat, dan tepat sasaran. Berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa 62,5 % generasi milenial mengatakan penggunaan baliho oleh bakal calon legislatif dianggap sebagai upaya yang tepat dalam memberikan pesan politik kepada calon pemilih. Baliho dianggap sebagai bagian penting dari proses sosialisasi yang pada dasarnya juga mengandung unsur-unsur pemahaman politik kepada masyarakat khususnya generasi milenial sebagai calon pemilih. Oleh karena itu, dapat diasumsikan secara mendasar bahwa kemenangan bakal calon legislatif didasari oleh penggunaan baliho sebagai salah satu komponen penting dalam meraih kemenangan, terlepas dari prestasi dan intergrasinya sebagai calon legislatif. Dengan demikian penggunaan baliho dipandang efektif dalam proses penyelenggaraan pemilihan umum bakal calon legislatif. Sebaliknya 31,5 % generasi milenial mengatakan bahwa penggunaan media baliho tidak tepat sasaran dengan alasan merusak tata ruang kota. Sebagian pemilih memeberikan pendapat bahwa sebaiknya bakal calon legislatif memilih mengadakan sosialisasi, seminar, dan training. Selanjutnya kegiatan tersebut didokumentasikan di sosial media untuk memudahkan masyarakat dalam menyimak isi pesan bakal calon legislatif lebih rinci, karena sebanyak 37,5 % gennerasi milenial menggunakan gawai selama lebih dari enam jam.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini menarik beberapa kesimpulan yang relevan, antara lain: di era digital ini ternyata media konvensional masih menjadi alternatif dalam penyampaian informasi yang bersifat persuasif untuk meraih dukungan politik dari masyarakat, khususnya generasi milenial. Bakal calon legislatif dengan mudah mengkomunikasikan tujuan politiknya untuk meningkatkan elektabilitas dari calon pemilih. Data tersebut mampu menampakkan bahwa di era digital ini tidak semua informasi yang disampaikan melalui portal berita digital ataupun sosial media gampang diterima oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis data, rekomendasi yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah masih kurangnya sosialisasi dan edukasivisi dan misi yang dilakukan oleh bakal calon legislatif kepada masyarakat langsung sehingga penggunaan media baliho yang sering kali disebut merusak tatanan kota bisa dihindari.

REFERENSI

- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). *Millennial Nusantara: Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- APJII. (2019, Januari Rabu). *Buletin APJII*. Retrieved from APJII: <https://apjii.or.id>
- BPS. (2019, Januari 22). *Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin*. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=336&wid=0>
- Gedeian, A. G. (1991). *Organization Theory and Design*. Denver: University of Colorado.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Panjaitan, P., & Prasetya, A. (2017). Pengaruh Social Media Terhadap Produktivitas Kerja Generasi Millennial (Studi Pada Karyawan PT. Angkasa Pura I Cabang Bandara Internasional Juanda). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 173-180.
- Piliang, Y. A. (2003). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pujiriyanto. (2005). *Desain Grafis Komputer: Teori Grafis Komputer*. Yogyakarta: ANDI.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*. New Jersey: Patience Hall International.