

Karakteristik Ekspektasi Generasi Milenial Calon Walikota Surabaya 2020-2025: Peduli dan Merakyat

Elis Yusniyawati¹, Redi Panuju²

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Universitas Dr. Soetomo Surabaya

Jl. Semolowaru No.84, Menur Pumpungan, Kecamatan Sukolilo,
Kota Surabaya, Jawa Timur 60118

¹elisyus@yahoo.com; ²redipanju@gmail.com

ABSTRAK: Dengan adanya fenomena bonus demografi, kehadiran generasi milenial berpotensi membuka peluang pemanfaatan, salah satunya untuk kepentingan politik elektoral. Potensi yang ada mesti disadari dan dioptimalkan dengan tidak sekadar menjadikan generasi milenial sebagai objek, melainkan juga sebagai subjek dalam pesta demokrasi maka perlu dilakukan pengukuran keterlibatan generasi milenial dalam penyelenggaraan Pilwali Kota Surabaya 2020. Seberapa besar generasi milenial bisa terlibat serta memanfaatkan momentum politik tersebut? Apakah jumlah mayoritas generasi milenial di Kota Surabaya menentukan arah peta politik pada Pilwali Kota Surabaya 2020? Pengukuran keterlibatan dan pemanfaatan generasi milenial dalam hal ini dilakukan peneliti melalui penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Melalui metode *multistage random sampling*, peneliti melakukan wawancara tatap muka pada 600 responden yang tergolong dalam kategori generasi milenial di 31 kecamatan di Kota Surabaya. Peneliti menemukan ketertarikan generasi milenial untuk terlibat dan memanfaatkan Pilwali Kota Surabaya 2020 sebagai momentum aktualisasi diri sebagai penduduk yang mendominasi jumlah populasi. Wajar jika kemudian para pelaku politik berlomba-lomba menggunakan segala cara untuk mempengaruhi publik (generasi milenial), melalui opini yang sengaja dibangun. Maka dalam penelitian ini, peneliti lebih memusatkan perhatiannya pada pembentukan opini publik generasi milenial. Opini publik untuk menentukan figur walikota pada Pilwali Kota Surabaya 2020-2025. Dengan menentukan kriteria dan beberapa standarisasi pengganti kepala daerah sebelumnya, generasi milenial menjelma wajah baru dalam peta politik Kota Surabaya. Peneliti menemukan bahwa karakteristik utama Walikota Surabaya tahun 2020-2025 memiliki kriteria yang jauh melampaui kriteria moral seperti bersih dari korupsi dan kriteria rasionalitas seperti berprestasi, melainkan sosok yang memiliki kepedulian dan merakyat.

Kata kunci: bonus demografi, generasi milenial, opini publik, pilwali Kota Surabaya 2020

ABSTRACT: Within the phenomenon of demographic bonus, the presence of millennial generation had the potential to open up opportunities for utilization, one of them was used for electoral political interests. The existing potential must be realized and optimized by not only millennial generation as an object but also as a subject in a democratic party. Therefore, it was necessary to prepare millennial generation in the implementation of the Surabaya City Election 2020. How much millennial generation can be involved and take advantage of the political momentum? Will the majority of millennial generation in Surabaya City determine the direction of the political map in the Surabaya City Election 2020? Measurement of the involvement and utilization of millennial generation in this case has done by researchers through quantitative descriptive research with survey methods. Through a multistage random sampling method, researchers conducted face-to-face interviews with 600 respondents belonging to the millennial generation category in 31 sub-districts in the city of

Surabaya. Researchers found the interest of millennial generation to get involved and utilize the Surabaya City Election 2020 as a moment of self-actualization as a population that dominates the population. Naturally, if then the political actors competing to use all means to influence the public (millennial generation), through opinions that are deliberately built. In this study, researchers focused more on the formation of millennial generation public opinion. Naturally, if then the political actors competing to use all means to influence the public (millennial generation), through opinions that are deliberately built.

Keywords: demographic bonus, millennials, public opinion, Surabaya election 2020

PENDAHULUAN

Siklus bonus demografi baru akan berulang 500 tahun kemudian. Jika peluang yang datang tidak dapat ditangkap periode ini, maka menunggu lima abad lagi untuk mendapat kesempatan yang sama. Dalam konteks Pilwali Kota Surabaya 2020, bonus demografi dapat dioptimalisasi demi peningkatan kualitas demokrasi sekaligus mengantisipasi terjadinya disrupsi demokrasi. Hal tersebut mungkin terjadi dengan adanya pemberdayaan hadirnya generasi milenial.

Pertama, peserta pemilu calon walikota dan calon wakil walikota dan parpol dapat menangkap peluang bonus demografi sebagai pasar potensial. Hadirnya sekitar 50% lebih pemilih pemula dan muda (generasi milenial) penting disikapi menjadi target potensi dukungan suara. Konsekuensinya gaya komunikasi dan pendekatan menjadi harga mati dalam upaya menyesuaikan diri dengan karakter generasi milenial. Kedua, generasi milenial merupakan generasi yang menanti visi dan agenda terbaru dari setiap peserta pemilu. Program yang ditawarkan mesti realistis dan berdampak langsung kepada mereka. Beragam media dapat pula digunakan terutama media sosial yang sedang menjadi tren *life style* bagi generasi milenial. Peserta pemilu memiliki tanggung jawab pendidikan politik agar golongan ini tidak apatis dan mau memberikan suaranya.

Para politisi telah melakukan pemasaran politik untuk mendapat legitimasi publik dengan fokus mengedukasi generasi milenial melalui media sosial dan media online seperti yang dilakukan oleh Tuan Guru Bajang dengan memanfaatkan media *online* Kicknews.today (Panuju, 2019). Dalam perspektif komunikasi pemasaran, upaya mengedukasi masyarakat agar memiliki kesadaran

partisipasi politik merupakan aktivitas yang berisi pengiriman informasi dari pemasar politik kepada khalayak yang bertujuan membangun kesadaran tertentu sampai mendorong perilaku yang relevan dengan maksud pemasar. Hal tersebut dapat tercapai bila memenuhi prinsip-prinsip seperti dilancarkan oleh komunikator yang handal, pesan yang relevan, menarik, dan menggunakan media yang cocok (Panuju, 2019). Pemilihan media yang digunakan menentukan bingkai media dalam membungkus isu-isu. Ada media yang target konsumennya orang dewasa, ada anak-anak, perempuan dan laki-laki, dan ada yang khusus membidik kalangan milenial. Kesalahan dalam memilih media bisa menyebabkan respons khalayak tidak sesuai dengan yang diinginkan penyampai pesan (Panuju, 2003).

Generasi milenial dan efek bonus demografi semestinya tidak sekadar dimanfaatkan untuk kepentingan politis melalui eksploitasi suara semata. Namun lebih dari itu terdapat didalamnya tanggung jawab pendidikan politik dan komitmen kebijakan perbaikan demografis. Alih-alih menangkap peluang, jika tidak tepat pendekatannya justru dapat menjadi bumerang. Bonus demografi bukan tidak mungkin berubah dari berkah menjadi musibah bagi demokrasi. Komitmen, integritas, dan sinergisme merupakan tuntutan nyata antar *stakeholder* politik.

Penyelenggaraan Pilwali Kota Surabaya hendaknya juga menjadi momentum politis generasi milenial. Sudah saatnya mereka menjadi subjek dalam politik. Di pundak merekalah nasib Kota Surabaya ke depan ditentukan. Pertanyaan yang muncul kemudian adalah seberapa besar minat generasi milenial untuk terlibat jauh dalam politik dan memanfaatkan dominasi keberadaannya untuk menentukan terbentuknya arah pemerintahan Kota

Surabaya mendatang dengan mengukir peta politik baru atas dasar keterwakilan generasinya. Sebab menurut hemat peneliti, aktualisasi keberadaan generasi milenial yang mendominasi populasi penduduk Kota Surabaya memiliki kekuatan yang cukup besar untuk menentukan ke mana arah langkah Pilwali Kota Surabaya 2020. Pada pesta demokrasi tersebut akan melahirkan pemimpin baru bagi Kota Surabaya yang seperti apa. Kekuatan yang sama dari generasi milenial menurut peneliti juga bisa menentukan kriteria untuk kandidat-kandidat yang berkontestasi pada pemilihan walikota. Hal ini yang kemudian membuat para pelaku politik berlomba-lomba menggunakan segala cara untuk mempengaruhi publik yang dalam hal ini adalah generasi milenial, melalui opini yang sengaja dibangun. Di sejumlah negara, para pelaku politik yang mampu mengkonstruksi opini menjadi opini publik yang mengunggulkannya, terbukti memenangi kompetisi dengan relatif cukup mudah. Hal ini yang kemudian mendasari pelaku-pelaku politik berpikir keras dan cerdas menyiapkan strategi kemenangan yang tak lepas dari pembentukan opini publik.

Maka dalam penelitian ini, peneliti lebih memusatkan perhatiannya pada opini publik. Opini publik, seperti didefinisikan Hennessy (1975), merupakan suatu kompleksitas pilihan-pilihan yang dinyatakan oleh banyak orang berkaitan dengan sesuatu isu yang dipandang penting oleh umum. Hennessy juga menambahkan bahwa opini publik selalu melibatkan banyak orang yang tertarik untuk memikirkan suatu isu dalam waktu yang cukup panjang. Meskipun demikian, istilah “publik” tidak terlalu ditentukan oleh banyaknya jumlah orang yang menganut opini tersebut. Istilah “publik” justru diukur oleh apakah suatu opini itu menyangkut isu publik atau tidak.

Oleh sebab itu, publik dalam hal ini tidak bisa diartikan sebagai “umum”. Publik bisa dimaknai sebagai sekumpulan orang yang memiliki ketertarikan dan kepentingan yang sama terhadap sebuah isu. Proses diskusi terhadap isu yang diperbincangkan oleh kelompok tersebutlah, yang akan menghasilkan terbentuknya opini. Selain itu, publik juga bersifat kontroversial, sehingga dapat mengundang terjadinya proses diskusi (Nasution, 1990). Dalam tata pemerintahan demokratis, demokrasi menempatkan opini publik sebagai suara

rakyat (*voice of people*). Sebab pemenuhan hak-hak politis warga negara salah satu perwujudannya dapat melalui menyuarakan pendapat atau aspirasinya secara langsung dan bebas. Dengan opini publik hak vital tersebut memungkinkan untuk terpenuhi secara maksimal. Meski pada dasarnya opini publik dapat memberikan pengaruh yang cukup signifikan dalam berbagai bidang, seperti budaya, fesyen, literatur, dan seni, pemasaran, *public relations*, dan lain-lain, namun kerap kali opini publik dikaitkan dengan politik dan pemilihan umum. Beberapa faktor yang kemudian dilihat oleh peneliti dapat mendorong terbentuknya opini publik dalam dunia politik adalah sebagai berikut.

Pertama: isu. Dalam konteks ini peneliti mendefinisikan isu sebagai sebuah persoalan kekinian yang sedang ramai diperbincangkan. Berbagai situasi yang menempatkan isu tersebut dalam ketidaksepakatan mendorong munculnya kontroversi yang membuat isu semakin menarik untuk diikuti. Kedua, publik. Dalam konteks ini sikap kolektif atau kesadaran publik pada keberpihakan terhadap isu yang ada melahirkan penerimaan dan bahkan penolakan pada kehadiran isu tersebut. Keberpihakan itulah yang kemudian melahirkan publiknya masing-masing. Ketiga, sikap. Dalam hal ini sikap dimaknai sebagai keberpihakan publik terhadap sebuah isu kompleksitas pilihannya merujuk pada totalitas opini terhadap isu yang menjadi perhatian seluruh anggota suatu publik. Proses diskusi dan perbincangan panjang menyuguhkan kesepakatan-kesepakatan, yang kemudian mendorong terbentuknya opini publik.

Dalam konteks politik, opini publik bisa dikatakan relevan dan menjadi salah satu faktor penentu, jika dalam banyak hal mampu berpengaruh terhadap proses pengambilan dan pelaksanaan sebuah keputusan oleh para penyelenggara negara dan para politisi lainnya (Kousoulas, 1979:110). Karena itu, opini publik bisa saja muncul dari gagasan individual yang lalu dianggap penting dan menarik serta mendapat perhatian sekelompok orang atau bahkan pemerintah dan penguasa.

Terbukanya kesadaran para pelaku politik terhadap kuatnya opini publik yang mampu membawa bahkan merubah peta percaturan politik membuat mereka memutar otak. Opini publik hanya berupa senjata, mereka masih membutuhkan pelaku lain untuk memainkan dan menjadi eksekutor dari

konstruksi opini publik yang telah disiapkan. Motor penggerak opini publik haruslah yang memiliki kemampuan tidak hanya secara personal, namun juga kemampuan organisatoris yang peka terhadap jaman. Mampu beradaptasi dengan cepat, guna mengimbangi dinamisasi politik yang deras. Maka tidaklah salah jika semangat perubahan dan pembaharuan itu jatuh pada generasi milenial. Generasi yang penuh semangat perubahan dan kental dengan semangat perjuangan. Ditambah lagi di Surabaya, dengan adanya bonus demografi, generasi milenial mendominasi jumlah populasi, artinya keberadaan generasi milenial mampu menjadi agen perubahan seperti yang diharapkan.

Kota Surabaya yang untuk pertama kalinya mengikuti penyelenggaraan Pilkada serentak pada 28 September 2015 lalu, akan kembali menjadi bagian dari perhelatan Pilkada serentak di tahun 2020. Demi mencari sosok pengganti Walikota Tri Rismaharini, yang telah menjabat selama dua periode. Di mana standarisasi yang telah ditetapkan Risma, menjadi tantangan tersendiri bagi penggantinya kelak. Risma dengan sosok keibuannya, namun tegas dan keras, telah mengantarkan Surabaya menjadi kota yang tidak hanya diperhitungkan di taraf nasional, namun juga ditingkat internasional. Hal itu tentu saja akan menjadi catatan penting bagi generasi milenial dalam mengkonsepsi figur pengganti Walikota besutan PDI Perjuangan itu.

Generasi milenial sebagai agen perubahan, dengan isu (narasi) dan narator juga media yang tepat akan benar-benar bisa menjadi mesin perubahan yang menentukan masa depan Kota Surabaya paling tidak untuk lima tahun ke depan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang mengutamakan metode pengukuran dan *sampling*. Menurut Sugiyono (2008), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian deskriptif merupakan salah satu jenis

penelitian kuantitatif non-eksperimen yang tergolong cukup mudah. Di dalamnya menggambarkan data kuantitatif yang diperoleh dari keadaan subjek atau fenomena yang ada dari sebuah populasinya. Pendekatan kuantitatif menekankan secara khusus dalam mengukur variabel-variabel dan pembuktian hipotesis yang berkaitan dengan penjelasan suatu hubungan (Laurence, 1997).

Penelitian dengan menggunakan metode survei adalah penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan fakta-fakta dari gejala yang ada, di mana dalam prosesnya juga diikuti pencarian keterangan-keterangan secara faktual baik tentang institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok atau suatu individu (Nazir, 2005). Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1995). Dalam survei, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner dan menggunakan metode wawancara tatap muka.

Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *multistage random sampling*. Di sini, peneliti membagi dengan dua fase, di mana fase pertama dilakukan dengan cara menstrata atas dasar populasi di 31 kecamatan di Kota Surabaya, sehingga diperoleh sampel dalam jumlah proporsional di masing-masing kecamatan. Dengan kata lain semua kecamatan di Kota Surabaya terjaring dalam survei ini. Di samping itu, strata juga dilakukan atas dasar proporsi populasi menurut perbedaan gender, pembagiannya 50% laki-laki, dan 50% perempuan, sehingga memungkinkan mewakili seluruh suara dari sampel populasi yang sudah ditetapkan. Fase kedua adalah menetapkan desa/kelurahan sebagai *primary sampling unit* (PSU), maka random sistematis dilakukan terhadap desa/kelurahan di masing-masing kecamatan sesuai dengan proporsi populasi.

Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh calon pemilih dalam Pilwali Kota Surabaya 2020 di 31 kecamatan di Kota Surabaya. Wawancara tatap muka dilakukan peneliti kepada 600 responden yang masuk dalam kategori generasi milenial, di mana karakteristik responden minimal telah berusia 17 tahun dan maksimal berusia 38 tahun dan bukan TNI/Polri aktif. Penelitian dilakukan dalam periode 21 Januari hingga 31

Januari 2019 dengan menggunakan *margin of error* \pm 4% dan menggunakan tingkat kepercayaan (*level of confidence*) sebesar 95%. Fokus penelitian lebih terpusat pada pembentukan opini publik generasi milenial, lebih khususnya opini publik untuk menentukan figur walikota pada Pilwali Kota Surabaya 2020.

PEMBAHASAN

Sebelum membahas tentang peluang generasi milenial dikancah Pilwali Kota Surabaya 2020, ada baiknya kita me-refresh beberapa kasus yang melibatkan generasi milenial sebagai penentu gerakan politik di negara-negara lain. Di Hongkong, misalnya. Berkat memimpin pelajar dalam aksi prodemokrasi, pada Desember 2015, Nathan Law menjadi pembicaraan diberbagai pemberitaan. Berkat aksinya itu pula generasi muda di Hongkong berhasil mendapatkan perhatian. Akhirnya di usia yang masih 23 tahun, Nathan Law secara resmi terpilih menjadi anggota parlemen termuda pada 4 September 2016.

Peristiwa Brexit di Inggris pun memberikan indikator keterlibatan partisipasi politik generasi milenial. Dalam jajak pendapat yang dilakukan YouGov pada 4.772 orang di Inggris Raya menyebutkan bahwa, 64% penduduk yang berusia 25-29 tahun ingin Inggris Raya tetap bersama Uni Eropa, sementara 61% dari mereka yang berusia antara 30-34 tahun menginginkan untuk pergi, keinginan untuk pergi itupun termasuk diinginkan juga oleh pemilih usia 45 tahun ke atas. Meski pada akhirnya suara kelompok milenial dinyatakan kalah, yang ditandai oleh keluarnya Inggris Raya dari Uni Eropa. Namun sikap politik kelompok milenial sudah terlihat jelas. Mereka berani bersuara, bahkan bersikap, walaupun harus berseberangan dengan kelompok yang lebih tua atau orang tua mereka.

Derek Thompson kontributor untuk The Atlantis pernah menulis bahwa generasi milenial memiliki pandangan politik yang liberal, menyerempet aliran sosialis, bahkan berpihak di sayap kiri. Ini yang kemudian turut mendorong sikap politik generasi milenial untuk lebih terlibat aktif dalam merealisasikan pandangan politiknya atau setidaknya memilih dan bersama orang yang

mendekati cara pandang mereka.

Berbanding terbalik dengan sikap generasi sebelumnya yang menjadi kunci dari sikap politik kelompok milenial di Jawa Timur, khususnya Kota Surabaya. Pada titik itulah letak peluang serta tantangan partai politik ataupun kandidat kepala daerah untuk bisa merangkul dan memahami apa yang menjadi harapan kelompok-kelompok milenial yang ada sehingga potensi dukungan dari generasi tersebut bisa didapatkan dengan mudah. Selain itu, dalam berpolitik kunci dari generasi milenial adalah pandangan politik yang liberal, di mana mereka cenderung ingin terlibat secara langsung dalam merealisasikan pandangan politiknya. Lebih dari itu generasi milenial bahkan akan lebih memilih kandidat yang dapat merepresentasikan kelompoknya.

Di Jawa Timur khususnya Surabaya, hal ini menjadi tantangan besar bagi kandidat yang selama ini hanya mengandalkan politik patron-klien dengan memanfaatkan ketokohan ulama (kyai-kyai) sebagai basis dukungannya. Meski tidak berarti generasi milenial tidak patuh terhadap ketaatan para ulama, namun sebagai generasi yang rasional, tentu pilihan-pilihan politik tidak melulu ditentukan atas petunjuk dan sikap politik orang lain.

Merujuk pada kekuatan potensi luar biasa yang dimiliki oleh generasi milenial, maka peneliti berusaha menyajikan data potensi generasi milenial dari segi jumlah yang ada di Kota Surabaya. Data sensus yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surabaya pada tahun 2010 tersebut menyajikan proyeksi penduduk Kota Surabaya berdasarkan kategori umur. Dari data yang tersaji pada Tabel 1, dapat dibaca bahwa terdapat 40% hingga 45% potensi generasi milenial yang mendominasi jumlah penduduk dari total populasi di Kota Surabaya. Jumlah yang cukup seksi untuk digunakan sebagai senjata kemenangan jika saja pelaku politik yang terlibat dalam kontestasi Pilwali Kota Surabaya 2020 dapat memanfaatkannya dengan cukup baik.

Tabel 1. Proyeksi Hasil Sensus Penduduk Surabaya Tahun 2020

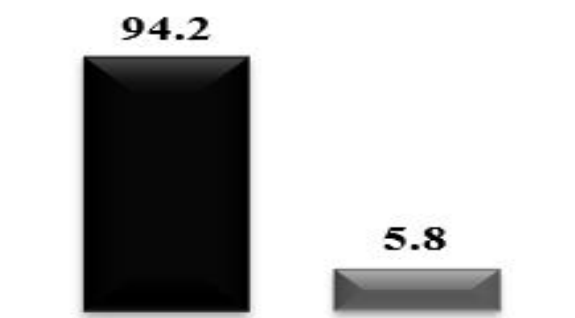
Umur	Proyeksi Penduduk Kota Surabaya (Jiwa)		
	Laki-laki 2020	Perempuan 2020	Jumlah 2020
0 s/d 4	106.096	101.785	207.881
5 s/d 9	106.192	102.441	208.633
10 s/d 14	98.710	94.735	193.445
15 s/d 19	108.057	117.814	225.871
20 s/d 24	145.046	147.368	292.414
25 s/d 29	138.428	136.003	274.431
30 s/d 34	125.760	125.530	251.290
35 s/d 39	115.853	117.878	233.731
40 s/d 44	105.416	108.898	214.314
45 s/d 49	95.330	101.506	196.836
50 s/d 54	87.930	96.000	183.930
55 s/d 59	73.813	82.107	155.920
60 s/d 64	53.836	54.715	108.551
65 s/d 69	37.547	35.425	72.972
70 s/d 74	20.109	21.331	41.440
75+	17.030	26.062	43.092
Total	1.435.153	1.469.598	2.904.751

Sumber: BPS, 2010

Partisipasi Generasi Milenial

Dari jumlah dominasi generasi milenial dari total populasi di Kota Surabaya, menurut hasil penelitian menunjukkan bahwa 94.2% telah terdaftar sebagai pemilih dan 89.7% dari total tersebut menyatakan akan menggunakan hak pilihnya pada Pilwali Kota Surabaya 2020 mendatang. Optimisme keterlibatan langsung generasi milenial yang ada di Surabaya merupakan angin segar bagi para pelaku politik, khususnya yang berkontestasi pada perhelatan pemilihan orang nomor satu di ibu kota Jawa Timur, Surabaya.

Gambar 1. Presentase Calon Pemilih



Sumber: Diolah Peneliti, 2019

Meski harus mengindahkan margin of error sebesar 4% yang digunakan peneliti pada penelitian ini, generasi milenial Surabaya tetap tidak bisa digoyahkan begitu saja mengingat angka partisipasi pada Pilwali Kota Surabaya 2020 yang mereka nyatakan masih diangka 85.7%. Artinya angka partisipasi tersebut bisa jadi angka aman sebagai ladang garapan pembentukan opini publik. Sementara 14.3% sisanya menjadi tantangan tersendiri, selain untuk menggugah partisipasi sekaligus menjadi bagian dari bentukan opini yang disiapkan.

Gambar 2. Presentase Responden Untuk Menggunakan Hak Pilihnya Dalam Pilkada



Sumber: Diolah Peneliti, 2019

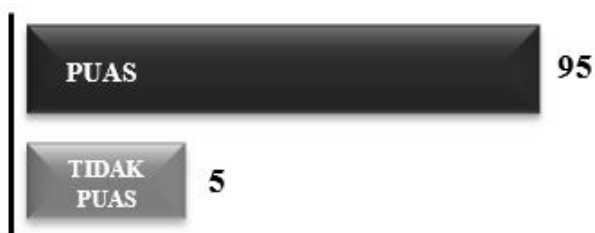
Jika diumpamakan 14.3% generasi milenial yang belum memutuskan partisipasinya dalam Pilwali Kota Surabaya 2020 mendatang, dengan peran media dan juga lingkungan sekitarnya kemudian tergugah kesadaran dan pandangan terhadap partisipasi politiknya. Seperti halnya yang termaktub dalam teori pembentukan opini publik (*spiral of silent*) Noelle-Neumann. Menurutnya, pembentukan opini publik didasarkan pada asumsi bahwa masyarakat sadar (*aware*) dengan isu-isu publik, selalu mengawasi opini yang berkembang dalam masyarakat. Individu digambarkan mempunyai kemampuan dalam melihat opini apa yang ada dalam masyarakat dan menentukan opini pribadinya di tengah opini yang berkembang dalam masyarakat (Noelle-Neumann, 1979).

Angka partisipasi (baik yang terdaftar sebagai pemilih dan yang akan memilih pada hari H pencoblosan) generasi milenial pada Pilwali Kota Surabaya 2020 mendatang berada pada angka yang fantastis. Tantangan berikutnya sebaiknya dititikberatkan pada muatan isu yang merujuk pada sosok calon orang nomor satu di kota pahlawan ini. Isu tepat, bergulir dengan cara dan media yang tepat akan memudahkan pencapaian tujuan, yaitu memenangkan dan mengarahkan suara mayoritas generasi milenial sebagai opini publik yang menentukan masa depan Kota Surabaya, paling tidak untuk lima tahun ke depan.

Sosok Pengganti Risma Di Mata Generasi Milenial

Menyoroti perihal kinerja pemerintah kota Surabaya saat ini, tingkat kepuasan generasi milenial terhadap kepemimpinan pasangan Tri Rismaharini dan Wisnu Sakti Buana berada diangka 95%. Angka yang fantastis mengingat masa bakti mereka sudah tinggal menghitung hari saja.

Gambar 3. Presentase Kepuasan Pada Pemkot Surabaya



Sumber: Diolah Peneliti, 2019

Pada akhir masa jabatan, biasanya hasil survei akan mencatat tingkat kepuasan masyarakat pada kinerja pimpinan daerah tidak lebih dari 70%. Maka pencapaian Risma dan WS bisa dibilang cemerlang dimata generasi milenial. Sebab hanya sebanyak 5% responden yang mengaku tidak puas pada pemerintahan walikota dan wakil walikota Kota Surabaya saat ini. Hal ini berarti bahwa kinerja Risma dan WS mutlak menjadi patokan standarisasi yang kemudian ditetapkan oleh generasi milenial.

Temuan survei dalam penelitian menunjukkan sebanyak 83.7% responden menyatakan setuju jika kandidat yang berkontestasi baik sebagai calon walikota maupun calon wakil walikota berasal dari usia milenial. Hal ini membuat generasi milenial merasa sangat terwakili baik secara usia dan kepentingan generasi/kelompoknya. Seperti halnya pembentukan opini publik dalam konsepsi Noelle-Neumann mengenai muatan moral adalah mengasumsikan bahwa semua isu menempati posisi yang sama bagi publik. Namun pada kenyataannya tidak hanya muatan moral yang harus dipertimbangkan, tetapi juga sejauh mana kedekatan seseorang terhadap kasus tersebut (Eriyanto, 2012).

Tabel 2. Presentase Persetujuan Rnsponden

Kandidat Usia Milenial	%
Setuju	83.7
Tidak Setuju	10
Tidak Tahu / Tidak Menjawab	6.3

Sumber: Diolah Peneliti, 2019

Kesadaran publik (generasi milenial) terhadap isu-isu politis seperti ini perlu untuk digugah. Sebab bacaan publik terhadap opini yang berkembang dalam masyarakat luas akan turut menentukan opini pribadinya. Terlepas isu tersebut termasuk dalam muatan nilai atau tidak, kedekatan seseorang terhadap isu akan menjadi pertimbangan tersendiri. Adoni dan Mane (1984) menyebut kedekatan isu ini sebagai zona relevansi. Adoni dan Mane membagi isu ke dalam isu yang dekat dan jauh. Isu yang dekat adalah isu yang konkret yang berkaitan langsung dengan kehidupan dan pengalaman sehari-hari seseorang. Sementara isu yang jauh adalah isu yang abstrak yang tidak berkaitan langsung dengan pengalaman seseorang.

Dalam konteks penelitian ini, 10% responden yang tidak setuju dikategorikan sebagai isu dengan zona relevansi jauh. 83.7% responden yang menghendaki pengganti Risma berasal dari kalangan milenial mempunyai zona relevansi dekat (sebab mayoritas dipahami dan disepakati bersama). Sementara 6.3 % responden yang tidak menjawab dan menjawab tidak tahu berada pada zona relevansi tengah.

Standarisasi dan Karakteristik Pengganti Risma

Menilik pada keberhasilan Risma dan WS selama sepuluh tahun belakang, nyaris bisa disebut sempurna dalam memimpin Kota Surabaya. Maka tak bisa dipungkiri bahwa standarisasi yang ditetapkan pemerintahan saat ini mutlak untuk diungguli atau minimal pada tahapan yang sama.

Tabel 3. Presentase Masalah yang Perlu Diselesaikan Walikota dan Wakil Walikota Kota Surabaya Mendatang

Kategori Masalah	%
Permasalahan Banjir dan Macet	38.3
Lapangan Pekerjaan	21.3
Pendidikan dan Kesehatan	16.5
Infrastruktur Kota	7.8
Kriminalitas	5.5
Kebersihan dan Keindahan Kota	5.5
Lainnya	2.9
Tidak Tahu / Tidak Menjawab	2.2

Sumber: Diolah Peneliti, 2019

Isu-isu sentral dan krusial yang dapat digunakan untuk pembentukan opini publik diantaranya terkait solusi taktis penanggulangan banjir dan kemacetan yang ada di Surabaya. Simpati akan didapat dari 38.3% generasi milenial jika cawali dan cawawali memperhatikan solusi dari banjir dan kemacetan yang ada di Kota Surabaya. Isu sentral selanjutnya terkait penanganan pengangguran (21.3%) yang ada di Surabaya. Perhatian khusus di bidang pendidikan dan kesehatan (16.5%) juga menjadi konsentrasi yang akan menjadi fokus generasi milenial. Pembinaan infrastruktur kota (5.5%), juga kebersihan dan keamanan (2.9%) akan

serta merta menjadi hal yang akan dipertimbangkan generasi milenial sebagai suara terbanyak penentu kemenangan Pilwali Kota Surabaya 2020.

Isu-isu strategis terkait beberapa hal tersebut di atas sangat penting untuk menjadi poin utama narasi yang dikemukakan pada publik. Tentu dengan catatan bahwa narasi yang diajukan memuat solusi yang masuk akal dan dapat direalisasikan dalam waktu yang relatif singkat. Memperhatikan kepentingan dan kedekatan publik terhadap isu yang diajukan akan menjadi kredit poin yang bagus sebagai acuan memenangkan simpati publik.

Pemimpin Kota Surabaya dalam Pandangan Generasi Milenial

Penelitian ini merangkum pandangan generasi milenial terhadap karakter kandidat yang pantas menggantikan Risma dan WS. Karakter yang dimaksud adalah bahwa kandidat wajib memiliki kepedulian terhadap masyarakat (merakyat). Hal itu dinyatakan dengan angka 59.5% suara generasi milenial di Kota Surabaya. Beberapa kepedulian pemimpin kepada rakyatnya terbukti menjadi hal yang paling mungkin untuk memenangkan kontestasi. Seperti Jokowi misalnya, presiden yang dicintai rakyatnya karena kebiasaannya blusukan dan kepeduliannya terhadap kepentingan masyarakat sangatlah besar.

Seperti yang dapat dilihat pada data Tabel 4, kriteria selanjutnya yang menurut generasi milenial bisa menjadi pemimpin Kota Surabaya adalah orang yang bersih dan berprestasi (13.8%), tegas dengan angka 12.7%, pintar dan berwawasan luas diangka 8.3%. kriteria selanjutnya yang diinginkan oleh generasi milenial adalah ramah dan santun (1.3%), religius diangka 0.3% dan berpenampilan menarik diangka 0.2%.

Tabel 4. Presentase Kriteria Pemimpin Kota Surabaya Yang Diinginkan oleh Generasi Milenial

Kategori Masalah	%
Perduli dan Merakyat	59.5
Bersih dan Berprestasi	13.8
Tegas	12.7
Pintar dan Berwawasan Luas	8.3
Ramah dan Santun	1.3
Religius	0.3
Berpenampilan Menarik	0.2
Lainnya	2.7
Tidak Tahu / Tidak Menjawab	1.2

Sumber: Diolah Peneliti, 2019

KESIMPULAN

Teori spiral kesunyian lebih mungkin terjadi ketika orang bisa memprediksi opini mayoritas dalam masyarakat. Teori spiral kesunyian tidak memasukkan variabel pengetahuan politik dalam modelnya (Eriyanto, 2012). Ini bisa dipahami mengingat karakteristik generasi milenial yang *passionate* dan *Internet minded*, yang memungkinkan generasi milenial di Surabaya memiliki pengetahuan politik yang tinggi. Dan tidak hanya itu, mereka juga menjadi bagian tak terpisahkan dari muncul dan berkembangnya isu terkait politik terutama menjelang Pilwali Kota Surabaya 2020.

Ada tiga karakteristik lain dari sebuah isu yang harus diperhitungkan dengan matang untuk menentukan apakah pembentukan opini publik dapat diterapkan dengan baik. Pertama, pengetahuan. Apakah isu yang hendak dikembangkan diketahui oleh publik atau tidak. Dalam hal ini penting menarasikan hasil temuan penelitian diatas agar opini publik yang merujuk pada temuan penelitian dapat diketahui oleh publik (generasi milenial). Kedua, kedekatan terhadap isu. Apakah isu yang dinarasikan memiliki kedekatan dengan kehidupan sehari-hari publik. Sebab isu yang memiliki kedekatan secara emosional akan mudah diterima dan diamini oleh publik. Ketiga, prediksi terhadap opini. Prediksi ini penting dilakukan. Sebab

jika seseorang mampu memprediksi opini mayoritas (opini publik) yang berkembang dalam masyarakat, maka hal tersebut akan sangat mempengaruhi seseorang dalam menentukan opini pribadinya terhadap sesuatu. Temuan yang penting dalam penelitian ini adalah aspirasi generasi milenial terhadap calon walikota Surabaya tahun 2020-2025 adalah sosok yang memiliki kepedulian dan merakyat, jauh melampaui kriteria moral seperti bersih dari korupsi dan kriteria rasionalitas, seperti prestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Batamtoday. 2019. *Generasi Milenial Jadi Penentu di Pemilu 2019*. Diakses dari <https://www.batamtoday.com/home/read/127147/Generasi-Milenial-Jadi-Penentu-di-Pemilu-2019>.
- BPS Kota Surabaya. 2010. *Proyeksi Hasil Sensus Penduduk pada Tahun 2020*. <https://www.surabayakota.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab>.
- Budiati, I. dkk. 2018. *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Eriyanto. 2012. Teori Spiral Kesunyian dan Negara Transisi Demokrasi: Sebuah Pengujian di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia* (1): 20-21.
- Hennessy, Bernard J. 1975. *Essential of Public Opinion*. Massachusetts: Duxbury Press.
- Kousoulas, D. George. 1979. *On Government and Politics*. Massachusetts: Duxbury Press.
- Nasution, Zulkarimen. 1990. *Komunikasi Politik, Suatu Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Noelle-Neumann, E. (1979). Public opinion and the classical tradition: A Revaluation. *Public Opinion Quarterly*, 43(2), 143-156.
- Newman, W. Laurence. 1997. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approach, 3th edition*. USA: Allyn & Bacon.
- Panuju, R. 2019. Pemanfaatan Media Online Kicknews.Today Sebagai Sarana Pencitraan bagi Tuan Guru Bajang. *Jurnal Sosioteknologi*, Volume 18 (2), 191-206

- Panuju, R. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Panuju, R. 2003. *Framing Analysis*. Makalah. Surabaya: Universitas Dr Soetomo.
- Singarimbun, Masri & Efendi, Sofyan. 1995. *Metode Penelitian Survei, Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utomo, W: Putra, L: Uni, Z. 2019. *Generasi Eksplorasi*. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).