

---

## Perilaku Pemilih Milenial di Kabupaten Tuban: Aditya Halindra Faridzky Menang Sebagai Bupati Muda di Indonesia Pada Pilkada Tuban 2020

---

**Hasanul Bulqiyah<sup>1\*</sup>, Kanisius Kono<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas PGRI Ronggolawe

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Timor

<sup>1</sup>(Jalan Manunggal, no.61, Tuban, Indonesia)

<sup>2</sup>(Jalan KM. 09, Timor Tengah Utara, Indonesia)

\*Penulis Korespondensi: [hasanulbulqiyah@unirow.ac.id](mailto:hasanulbulqiyah@unirow.ac.id)

Diterima (Received): 1 Maret 2023 • Direvisi (Revised): 8 Maret 2023 • Disetujui Publikasi (Accepted): 23 Maret 2023

---

### **ABSTRACT**

*This study aims to observe and analyze the behavior of millennial voters in Tuban Regency in the 2020 Tuban Regency Regional Head election and the approach of one candidate pair who is still young and classified as millennial. The type of research used in this research is descriptive qualitative, with a purposive sampling method and analysis using the interaction model proposed by Miles & Huberman. The results of the study show that social media is present as a means of election information. Aditya Halindra Faridzky and his partner as the elected Regent and Deputy Regent used a psychological approach in the election of the Regional Head of Tuban Regency. This psychological approach is more focused on millennial voters as active users of social media and indirectly influences the decision to make their choice in the 2020 Tuban Regional Head election.*

**Keywords:** Political Behaviour; Millennial; General Election, Tuban Regency.

---

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengamati dan menganalisis perilaku pemilih milenial di Kabupaten Tuban pada pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tuban Tahun 2020 dan pendekatan salah satu pasangan calon yang masih muda dan tergolong sebagai kaum milenial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan metode *purposive sampling* dan analisis menggunakan model interaksi yang dikemukakan oleh Miles & Huberman. Hasil kajian menunjukkan bahwa media sosial hadir sebagai sarana informasi pemilu, Aditya Halindra Faridzky bersama pasangan sebagai Bupati dan wakil Bupati terpilih menggunakan pendekatan psikologis dalam pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tuban. Pendekatan psikologis tersebut lebih difokuskan pada pemilih milenial sebagai pengguna aktif media sosial dan secara tidak langsung berpengaruh terhadap keputusan menentukannya pada pemilihan Kepala Daerah Tuban 2020.

**Kata Kunci:** Perilaku Memilih; Milenial; Pemilihan Umum; Kabupaten Tuban.

Silahkan mengutip artikel ini sebagai: Bulqiyah, H. & Kono, K. (2023). Perilaku Pemilih Milenial di Kabupaten Tuban: Aditya Halindra Faridzky Menang Sebagai Bupati Muda di Indonesia Pada Pilkada Tuban 2020. *Journal of Political and Government Issues (POLIGOVVS)*, 1(1), 1-12. <https://doi.org/xx.xxxxx/poligovs.vxxx.xxxxx>

## PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah di tingkat kota/kabupaten merupakan salah satu pemilihan umum di Indonesia. Sebagai negara demokrasi, pemilihan umum atau yang sering disebut pemilu merupakan sarana bagi para elit politik untuk bersaing menjadi pemimpin, baik di tingkat daerah maupun nasional. (Bulqiyah et al., 2019) . Pemilu merupakan substansi dasar dalam negara demokrasi, karena merupakan bentuk demokrasi yang paling nyata dan bentuk partisipasi masyarakat yang paling nyata dalam penyelenggaraan negara (Azirah, 2019) . Oleh karena itu masyarakat memiliki peran yang sangat penting pada saat pemilu, karena partisipasi masyarakat dalam pemilu merupakan penentu kemenangan calon yang akan bersaing untuk menjadi pemimpin.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum disebutkan bahwa pemilih adalah warga negara Indonesia yang telah berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih, sudah menikah, atau pernah menikah. Merujuk pada dasar tersebut, pemilih pemula adalah warga negara yang baru pertama kali datang ke Tempat Pemungutan Suara (TPS) saat pemilu berlangsung. Pemilih pemula adalah pemilih yang ikut serta dalam euforia demokrasi elektoral untuk menentukan pemimpin di daerah tertentu, sehingga keberadaan pemilih pemula merupakan indikator penting kualitas demokrasi saat ini dan di masa yang akan datang, hal ini dikarenakan kondisi yang masih labil dan mudah dipengaruhi oleh partai politik (Rachmat & Esther, 2016)

Pemilih pemula saat ini adalah pemilih yang disebut dengan generasi milenial. Milenial atau dikenal juga dengan Generasi Y, lahir antara tahun 1980 hingga 2000 (Hidayatullah et al., 2018) . Dalam kehidupan generasi milenial, mereka lebih banyak menggunakan teknologi informasi dan komunikasi sebagai aktivitas sosialnya seperti menggunakan email, SMS, instant messaging dan media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan lain sebagainya. (Fatahuddin, 2021) . Generasi milenial jika dimaknai dalam tulisan ini disebut sebagai pemilih milenial. Hidup berdampingan dengan teknologi adalah suatu keharusan bagi generasi milenial untuk bisa mendapatkan informasi dan kemudahan akses dalam segala hal, termasuk pemilu, partisipasi pemilih milenial menjadi incaran berbagai elite politik untuk mendapatkan banyak dukungan suara. Kepentingan politik memberikan perubahan pada perilaku pemilih milenial, perubahan yang dimaksud disini sesuai dengan konteks awal dari perilaku pemilih milenial sebelumnya, dalam contoh pemilih milenial sebelumnya tidak tertarik dengan pesta demokrasi, karena tidak mendapatkan berdampak signifikan pada diri mereka sendiri secara langsung. Namun, jika pemilih milenial ini diberikan pendidikan politik yang intens, maka akan mengubah perilaku pemilih milenial yang sebelumnya pasif dalam pemilu menjadi aktif.

Perilaku politik menurut Martin dalam perspektif tindakan sosial adalah perilaku atau tindakan politik yang dilakukan secara sadar dari para aktor yang memainkannya (Hamid, 2020) . Perilaku politik di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor yang ada, seperti sosial, ekonomi, politik, budaya, agama, dan sebagainya, tidak lepas dari citra Indonesia sebagai masyarakat yang majemuk atau heterogen. Untuk mendalami kajian ini, ada tiga pendekatan dalam melihat perilaku pemilih (Hamid, 2020) . Pertama, pendekatan sosiologis . Pendekatan ini juga dikenal sebagai model perilaku memilih Columbia School pada tahun 1940, yang diprakarsai oleh Lezarsfeild. Asumsi dasar dari

pendekatan sosiologis ini adalah bahwa perilaku memilih berdasarkan karakteristik sosiologis dan pengelompokan sosial seperti usia, jenis kelamin, agama, kelas, status sosial, latar belakang keluarga, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku memilih, dimana pengelompokan sosial ini memiliki pengaruh yang signifikan. Kedua, pendekatan psikologis. Pendekatan tersebut dipelopori oleh August Campbell pada tahun 1950, yang disebut juga pendekatan Michigan School karena pada tahun tersebut berkembang pesat melalui Michigan University Survey Research Center.

Berbeda dengan dua pendekatan lainnya, pendekatan psikologis ini menjadikan keterikatan pada politik tertentu sebagai penentu dalam perilaku memilih. Artinya, kecenderungan untuk memilih dibentuk oleh dorongan psikologis. Menurut pendekatan psikologis, ada tiga hal yang mempengaruhi perilaku memilih yaitu, (1) informasi tentang politik, baik kepentingan publik maupun kegiatan politik, (2) minat politik, (3) identitas partai politik yang memiliki perasaan dekat, sikap mendukung dan setia, serta mengidentifikasi diri dengan partai politik tertentu.

Ketiga, pendekatan rasionalitas pilihan. Pendekatan ini berusaha menjelaskan pilihan rasional perilaku pemilih dengan parameter politik-ekonomi. Bila dalam konsep ekonomi perlu dicari pasar, maka sebagai pelaku harus siap menyediakan apa yang diminta oleh pasar. Ini juga berlaku untuk politik dalam pendekatan rasionalitas pilihan. Pendekatan ini didorong oleh kepentingan riil mereka, baik dari segi materi maupun kesejahteraan. Ini menggambarkan sistem barter di mana keputusan untuk memilih perilaku didasarkan pada perhitungan untung dan rugi. Yang akan menguntungkan dan mampu memenuhi kebutuhan individu serta memberikan manfaat yang besar akan dipilih.

Tuban, sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Rembang dan Kabupaten Blora, Provinsi Jawa Tengah. Pada tahun 2020, pesta demokrasi pemilihan bupati dan wakil bupati telah dilaksanakan untuk periode 2021-2024. Berdasarkan hasil pemilihan, Aditya Halindra Faridzky terpilih sebagai Bupati Kabupaten Tuban dengan H. Riyadi sebagai wakil terpilih.

**Tabel 1.** Perolehan Suara Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Tuban Tahun 2020

<b>No</b>	<b>Nama Pasangan Calon</b>	<b>Jumlah</b>
1	Khozanah Hidayati, SP., MP – Muhammad Anwar	170.955
2	Aditya Halindra Faridzky, SE – H. Riyadi, SH	423.236
3	H. Setiajit, SH., MM – Dr. RM. Armaya Mangkunegara, S.H., M.H	110.998
<b>Jumlah Suara Sah</b>		<b>705.189</b>

Sumber : Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Tuban, 2020

Hadir sebagai generasi milenial di Pilkada Kabupaten Tuban 2020, Halindra Faridzky menyita perhatian publik. Hal ini tak lain karena usianya yang masih relatif muda. Sebelumnya, Halindra Faridzky pernah duduk di DPRD Provinsi Jawa Timur, sehingga menjadikannya sebagai anggota dewan yang paling mudah. Secara biografis,

Bupati Kabupaten Tuban Aditya Halindra Faridzky adalah pria kelahiran tahun 1992. Hari lahir Bupati Tuban saat ini menjadi fenomena baru di kalangan masyarakat khususnya bagi politik pemerintahan di Indonesia. Dikatakan demikian, karena tahun kelahirannya masih tergolong generasi milenial. Artinya di usia muda tidak banyak generasi milenial yang terlibat dalam tatanan politik pemerintahan, apalagi mereka berani berjuang menjadi kontestan pemilu untuk menjadi pemimpin di tingkat kabupaten.

Beberapa literatur disajikan dalam artikel ini, seperti penelitian dari Zulkarnaen, dkk. (2020) dengan judul Partisipasi Politik Pemilih Milenial dalam Pemilu di Indonesia, yang menggunakan metode studi pustaka dan fokus melihat partisipasi pemilih milenial serta dampak partisipasi tersebut terhadap pemilu serentak tahun 2019. Dalam temuannya, partisipasi pemilih milenial memiliki pengaruh yang sangat besar, karena jumlah pemilih milenial mencapai 35-40%. Sehingga generasi milenial perlu memahami tentang pendidikan politik di Indonesia, mengingat pemilih milenial masih muda dan pikirannya masih labil sehingga menjadi incaran tim pemasaran untuk mensukseskan pasangan calon. (Zulkarnaen & Wartadiayu, 2020) .

Penelitian lanjutan dari Sagita (2019) dengan judul model perilaku pemilih milenial pada Pilgub Sulawesi Selatan Tahun 2018 di Kota Makassar. Berangkat dari pemilih milenial sebagai generasi yang tidak lepas dari teknologi informasi melalui media sosial yang informasinya tidak menentu, sejatinya mereka rawan mengambil keputusan yang tepat dalam keikutsertaan pemilu. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, temuan menunjukkan bahwa perilaku pemilih milenial di Kota Makassar lebih cenderung melihat program kerja yang ditawarkan pasangan calon dan kinerja pemerintahan sebelumnya, selain melihat rekam jejak di media sosial sebagai salah satu referensi pemilih milenial dalam menentukan pilihannya sebagai pemimpin (Sagita et al., 2019) .

Selanjutnya, penelitian dari K dan Susanto (2019) tentang Partisipasi Politik Generasi Milenial di Instagram pada Pemilu 2019. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif deskripsi tersebut mengafirmasi media sosial khususnya instagram sebagai wadah kampanye politik dan komunikasi dua arah bagi pemangku kepentingan politik dan kaum milenial dan partisipasi pemilih generasi milenial dalam pemilu sangat tinggi karena mudah memperoleh informasi tentang politik sehingga keterlibatan diskusi, pengetahuan, informasi dan sebagainya dapat dirasakan oleh pemilih generasi milenial di Instagram (K & Susanto, 2019) .

Adapun penelitian dari Nurcholis dan Putra (2019) tentang Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi pada Mahasiswa Fisipol UGM. Penelitian tersebut menggunakan deskriptif kuantitatif, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap pemilih pemula. Melalui media sosial, pemilih pemula dapat mengenal dan mengetahui para pasangan calon dan gagasannya. Media sosial juga dapat meningkatkan partisipasi pemilih pemula. Bahkan media sosial juga menjadi ranah baru politik di Indonesia, di mana dapat digunakan sebagai media membagikan informasi dan pesan politik yang efektif oleh pasangan calon. Pasangan calon dan timnya mengemas informasi yang

menarik dan mudah diakses serta tidak membosankan seperti video, slogan animasi gambar, dan lain sebagainya (Nurcholis dan Putra, 2019).

Bertolak dari uraian problematika tersebut, penulis berminat meneliti tentang perilaku politik pemilih milenial dalam pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tuban yang melibatkan calon dari kaum milenial pada tahun 2020.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif dimaksudkan untuk mencari pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena, fakta, atau kenyataan (Semiawan, 2010). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa wawancara mendalam dengan pemilih milenial di Kabupaten Tuban, dan data sekunder berupa dokumen yang diperoleh dari KPU Kabupaten Tuban seperti hasil perolehan suara di Pilkada Kabupaten Tuban Tahun 2020 dan daftar pemilih milenial Kabupaten. 2020.

Penelitian dilakukan selama kurang lebih dua bulan pada akhir tahun 2021 dan awal tahun 2022 di Kabupaten Tuban. Pengambilan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu pengambilan unsur-unsur ke dalam sampel secara sengaja, dengan catatan sampel tersebut dapat mewakili populasi yang ada. (Marzuki, 2009). Pengambilan informan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pemilih milenial seperti siswa SMA di Kabupaten Tuban.

Untuk memperoleh keakuratan data dan informasi yang diperoleh perlu dilakukan validasi data melalui uji kredibilitas dengan berbagai tahapan yaitu memperluas pengamatan, meningkatkan kegigihan dalam penelitian, melakukan triangulasi data seperti pengecekan dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan pada berbagai kali, menganalisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi, dan mengadakan *member check* (Sugiyono, 2017). Setelah data dibutuhkan, kemudian dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik model interaksi yang dikemukakan oleh Miles & Huberman, dengan tahap pertama pengumpulan data, tahap kedua pemadatan data, dan tahap ketiga penyajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi (Miles & Huberman & Saldana, 2014). Hasil pengumpulan data nantinya akan menjadi data yang dipadatkan, dimana data tersebut akan diseleksi dan difokuskan, setelah itu data akan dikelompokkan sesuai dengan tema yang disebut display data.

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Pemilu**

Media sosial merupakan salah satu alat komunikasi yang familiar dan menjadi kebutuhan hidup masyarakat modern. Masyarakat modern aktif dalam menggunakan media sosial dalam berkomunikasi bagi personal maupun kolektif. Masyarakat Indonesia yang aktif menggunakan media sosial relatif besar dengan jumlah 79 juta. Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia membuktikan bahwa media sosial masih menjadi andalan sebagian besar masyarakat Indonesia guna sebagai media hiburan ataupun komunikasi (Harsan, Prasetyo, & Pujiyana, 2019). Perkembangan media sosial juga

semakin meningkat dengan tersedianya banyak platform media sosial, di antaranya; Facebook, LINE, Instagram, Twitter, Tiktok, Youtube, dan lain sebagainya.

Dalam perkembangannya, media sosial tidak hanya digunakan sebagai media hiburan dan komunikasi. Media sosial menjelma menjadi sarana kampanye politik bagi politisi. Para Politisi memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan diri dan gagasan-gagasannya. Di sini para politisi mengemas berbagai informasi dan slogan yang dalam memikat hati masyarakat khususnya kaum milenial. Bahkan kampanye melalui media juga menekan dapat menekan anggaran kampanye yang sering dikeluhkan oleh politisi (Abidin, Khoerunnisa, & Ma'arif, 2018).

Media sosial memainkan peran yang vital dalam dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tuban 2020. Media sosial juga digunakan oleh pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Tuban sebagai wadah interaksi yang memiliki komunikasi dua arah dan kampanye. Pasangan calon dan tim pendukung memiliki tim khusus yang terlibat aktif dalam kampanye melalui media sosial. Dalam pelaksanaannya, pemilihan bupati dan wakil bupati Kabupaten Tuban tahun 2020, pasangan calon dan pendukung memiliki tim yang terlibat aktif dalam kampanye di media sosial. Tim kampanye media sosial memberikan informasi tentang pasangan calon, visi misi, dan rekam jeaknya.

Perilaku pemilih milenial di Kabupaten Tuban dipengaruhi informasi melalui media sosial. Selain itu didukung oleh karakteristik pasangan calon masing-masing. Dalam hal ini lingkungan keluarga, lingkungan kerja dan gagasan atau prospek setiap pasangan calon untuk membangun Kabupaten pada masa kepemimpinan. Melalui media sosial, pasangan calon juga memperkenalkan keluarganya agar para pemilih dapat mengenal lebih dekat dan menggalang dukungan serta menarik perhatian masyarakat khususnya pemilih milenial. Sementara itu, rekam jejak berhubungan dengan prestasi pasangan calon juga menjadi point penting dalam informasi politik yang selalu diangkat melalui berbagai platform media sosial agar membangkitkan rasa percaya masyarakat kepada pasangan calon.

Penggunaan media sosial sebagai media kampanye dan sarana informasi politik semakin diperkuat dengan adanya larangan kampanye secara konvensional. Penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah serentak di Indonesia bertepatan dengan wabah Virus Corona (Covid 19) yang mematikan dan menjadi masalah global. Sehingga pemerintah Indonesia dalam rangka mencegah penularan virus Corona pada pemilihan maka adanya pembatasan kampanye sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No. 6 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/Wali Kota dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Nonalam COVID-19 yang terakhir diubah dengan PKPU No. 13 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua Atas PKPU No. 6 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/Wali Kota dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Nonalam COVID-19. Sementara itu, implementasi atau pemberlakuan Protokol COVID-19 dalam

tahapan kegiatan pilkada serentak tahun 2020 itu terutama tampak dalam bentuk pembatasan kampanye pasangan calon kepala daerah dan calon wakil kepala daerah, sebagaimana diatur dalam Pasal 88c PKPU No. 13 Tahun 2020.

Pembatasan kampanye secara konvensional mendorong pasangan calon menggunakan media sosial sebagai media alternatif untuk membagikan informasi politik kepada masyarakat agar mereka mengetahui pasangan calon dan visi misinya. Informasi ini sangat penting sebagai bahan pertimbangan masyarakat pemilih dalam menentukan pilihannya. Sehingga dalam situasi ini, media sosial menjadi sarana yang tepat agar memperoleh informasi politik. Hal ini sebagaimana ditegaskan oleh Nurcholis dan Putra (2019) bahwa media sosial menjadi ranah baru politik di Indonesia, para politisi dan timnya digunakan sebagai media membagikan informasi dan pesan politik yang efektif oleh pasangan calon. Pasangan calon dan timnya mengemas informasi yang menarik dan mudah diakses serta tidak membosankan seperti video, slogan animasi gambar, dan lain sebagainya. Di sini Pasangan calon dan tim sukses membagikan informasi politik kepada masyarakat melalui berbagai platform media sosial.

Perkembangan media sosial dan penggunaan media sosial sebagai media kampanye menggambarkan politik Indonesia terutama di Tuban semakin berkembang sesuai dengan tuntutan jaman. Namun perlu juga diantisipasi dampak negatif dalam penggunaan media sosial dalam politik. Media sosial yang diakses berbagai kalangan dapat berdampak negatif dalam kehidupan politik bangsa. Melalui media sosial dapat menyebarkan informasi-informasi hoax yang dapat merugikan pasangan calon tertentu dan membangun isu-isu destruktif yang bisa memecah belah kehidupan sosial masyarakat. Untuk itu, di era penggunaan media sosial yang masif dalam politik perlu adanya sistem pengawasan yang ketat terhadap setiap pasangan calon dan tim, dan memperketat regulasi kampanye melalui media sosial.

Dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Tuban peran media sosial sangat besar. Setiap Pasangan calon dan tim pemenangnya memanfaatkan media sosial sebagai media kampanye. Informasi tentang pasangan calon dikemas dengan menarik dalam bentuk *flyer* dan video, kemudian diposting pada platform media-media sosial yang tersedia sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengaksesnya dan membagikan kepada orang lain. Hal ini dapat dikategorikan sebagai strategi kampanye yang masif dilakukan di Indonesia dengan berkembangnya dengan banyak pengguna media sosial.

### **Pendekatan Politik Terhadap Pemilih Milenial**

Pendekatan psikologis merupakan salah satu pendekatan yang sering digunakan dalam politik. Pendekatan politik berhubungan dengan informasi tentang politik, minat politik, dan berhubungan baik dengan partai politik tertentu. Informasi politik yang disampaikan dikemas secara elegan dan menarik. Minat politik dilihat dari partisipasi masyarakat terhadap segala urusan politik dan pembicaraan tentang politik menjadi tema yang aktual dalam perbincangan masyarakat. Relasi yang baik dengan partai juga mengikat pasangan calon dan masyarakat. Di sini masyarakat memiliki beban moral dalam urusan politik ketika masyarakat sudah mengenal dan memiliki ikat emosional

dengan partai tertentu. Sehingga pendekatan psikologis bisa mempengaruhi perilaku pemilih dalam menentukan pilihannya.

Dalam pendekatan psikologis, informasi politik turut mempengaruhi pemilih dalam menentukan pilihannya. Pendekatan psikologis secara tidak langsung mengikat masyarakat pemilih lebih kuat. Informasi politik sangat penting bagi pemilih terutama visi misi, rekam jejak, prestasi dan keluarga yang mendukung menjadi bahan pertimbangan untuk menentukan suaranya dengan melihat kepentingan publik dan politik yang ada. Perilaku pemilih milenial pada Pilkada Kabupaten Tuban 2020 menjadi peran baru bagi dunia demokrasi. Hal ini dapat dilihat dari partisipasi dan perilaku pemilih milenial cukup aktif dalam mengikuti pemilu, di mana angka partisipasi pemilih milenial di Kabupaten Tuban relatif tinggi, sebagaimana ditampilkan pada tabel 2, berikut ini;

**Tabel 2.** Jumlah Partisipasi Pemilih Milenial di Kabupaten Tuban Tahun 2020

Usia	Jenis kelamin		Total
	Pria	Perempuan	
17-20	27.079	27.117	54.196
21-30	69.077	67.750	136.827

Sumber: KPU Kabupaten Tuban, 2021

Partisipasi pemilih milenial sangat tinggi di Kabupaten Tuban didukung oleh informasi kepemiluan dan politik yang mereka peroleh melalui media sosial. Berbagai macam informasi yang diterima pemilih milenial tentang visi-misi dan program kerja setiap pasangan calon. Informasi yang mudah diperoleh dan dipahami menjadi stimulus bagi kaum milenial untuk terlibat aktif dalam pemilihan. Hasil penelitian Nurcholis dan Putra (2019) mengungkap hal yang sama bahwa pengguna media sosial terutama pemilih pemula dirangsang oleh berbagai informasi politik baik pada tingkat regional, nasional maupun internasional berdampak pada keterlibatan dan keaktifan masyarakat dalam pemilu.

Berdasarkan kajian perilaku pemilih dari Hamid Kabupaten Tuban perilaku pemilih milenial menunjukkan bahwa pendekatan psikologis merupakan pendekatan yang paling banyak digunakan oleh pemilih milenial dalam menentukan keikutsertaannya dalam Pilkada Kabupaten Tuban 2020. Pendekatan psikologis bagi pemilih milenial di Kabupaten Tuban, mereka melihat bagaimana penyampaian visi dan misi serta program kerja yang akan dilakukan jika nanti terpilih menjadi bupati. Terutama program yang tepat sasaran yang mendasar dan dibutuhkan oleh masyarakat Kabupaten Tuban. Salah satunya adalah Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Aditya Halindra Faridzky dan Riyadi sebagai bupati terpilih periode itu dengan semboyan *Bangun Deso Noto Kuto*, yang berarti membangun desa dan menata kota. Semboyan ini memikat hati masyarakat desa, di mana desa-desa mendapat perhatian serius dalam pembangunan dan menguatkan kapasitas politik lokal (desa) yang menjadi penopang

berkembangnya kota. Hal ini sangat urgen karena Tuban dikenal sebagai kabupaten perbatasan Provinsi Jawa Timur dengan Provinsi Jawa Tengah bagian utara perlu adanya pemerataan dan pembangunan yang signifikan, sebagai daerah perbatasan dengan majunya Bupati Aditya Halindra Faridzky menjadi salah satu pilihan pemilih. Semboyan ini juga bila ditilik lebih jauh sejalan dengan pendekatan yang dilakukan dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden bahwa membangun Indonesia dari pinggir (desa). Daerah-daerah perbatasan menjadi fokus dan lokus pembangunan nasional, regional dan domestik.

Meskipun pendekatan psikologis memainkan peran yang besar, namun pendekatan sosiologis dan rasionalitas pemilih juga turut berpengaruh terhadap pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Tuban. Banyak faktor yang melatarbelakangi kontestasi dalam pemilihan kepala daerah. Pendekatan sosiologis pemilihan di Tuban berhubungan dengan informasi tentang keluarga dan partai-partai koalisi yang mendukung. Informasi tentang keluarga merupakan salah satu strategi dalam berpolitik. Dalam hal ini, para politisi selalu menggunakan garis keturunan dan kekerabatan untuk mendapatkan dukungan masyarakat. Sementara itu, partai pengusung juga mendapat perhatian pemilih milenial terutama hubungan partai pengusung. Partai-partai pengusung memiliki semangat yang sama cenderung menguatkan pemilih dalam menentukan pilihannya. Secara singkat dapat dikatakan bahwa pendekatan sosiologis pun berperan dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Tuban.

Pendekatan rasionalitas pemilih juga memberikan sumbangsih dalam pemilihan bupati dan wakil bupati Tuban. Masyarakat pemilih milenial mengakses informasi politik dan kepemiluan dapat secara bebas menentukan pilihannya. Kedua pendekatan sebelumnya menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat untuk memutuskan pasangan calon yang akan dipilih. Informasi-informasi yang menarik dan memikat hati juga secara tidak langsung mempengaruhi pertimbangan pemilih milenial. Selain itu, prestasi, rekam jejak partai koalisi dan kehidupan sosial keluarga yang baik menjadi pendukung sekaligus perekat pasangan calon dan pemilih milenial dalam upaya memenangkan pemilihan bupati dan wakil bupati Tuban

### **Pemilihan Bupati Kabupaten Tuban: Aditya Halindra Faridzky**

Aditya Halindra Faridzky merupakan bupati terpilih di Kabupaten Tuban setelah memenangkan kontestasi Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tuban Tahun 2020. Aditya Halindra Faridzky dikenal sebagai salah satu bupati yang paling mudah di Indonesia. Sebelumnya, Aditya Halindra Faridzky menduduki kursi DPRD Provinsi Jawa Timur periode 2019-2020.

Sebagai calon termuda, Aditya Halindra Faridzky memiliki strategi yang ampuh untuk memikat hati pemilih milenial. Aditya memaksimalkan media sosial untuk mendulang suara pemilih milenial. Aditya bersama tim pemenangan aktif menggunakan media sosial bahkan melakukan kampanye melalui berbagai media sosial. Aneka informasi tentang identitas, rekam jejak, keluarga, visi-misi dan program kerjanya

bersama pasangan dikemas secara menarik dan dibagi kepada khalayak pada media sosial. Langkah ini dapat dikatakan sebagai strategi kampanye. Strategi ini semakin masiv dengan adanya pembatasan kampanye Covid 19 pada pemilihan Kepala Daerah Serentak pada 2020. Informasi yang terbuka dan mudah diakses masyarakat pemilih khususnya pemilih milenial. Proses kampanye ini berdampak pada pemilih milenial semakin mengenal dan memiliki kedekatan psikologis dengan pasangan calon, tim pemenangan dan keluarga serta kerabatnya. Sehingga pemilih milenial memutuskan untuk memilih calon yang milenial, yakni Aditya Halindra Faridzky bersama pasangannya.

Bupati milenial memiliki gaya kepemimpinan dan pendekatan yang berbeda dalam pembangunan. Sebagai pemimpin yang muda dan energik, beliau menaruh perhatian pada pembangunan desa dan penata kota sebagaimana tertuang dalam semboyannya *Bangun Desa Noto Kuto*. Desa seringkali dianggap sebagai daerah tertinggal dan terpinggirkan menjadi fokus pembangunan dalam visi misi dan program kerja. Hal ini meningkatkan elektabilitasnya pada masyarakat desa. Desa perlu dibangun menjadi kota-kota kecil yang mampu menopang dan memudahkan penata kota.

Aditya Halindra Faridzky sebelumnya sebagai wakil rakyat juga mengetahui secara baik kebutuhan masyarakat marginal. Di mana dalam program kerjanya selalu fokus pada peningkatan pendidikan dan akses kesehatan bagi masyarakat. Perhatian pada pemenuhan kebutuhan masyarakat desa sebagai kaum terpinggirkan berdampak pada adanya ikatan emosional yang kuat antara calon dan masyarakat. Sehingga Aditya Halindra Faridzky memenangkan kontestasi pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Tuban 2020

## **KESIMPULAN**

Kemenangan Aditya Halindra Faridzky sebagai bupati terpilih pada Pilkada Kabupaten Tuban 2020 tak lepas dari peran perilaku pemilih milenial di Kabupaten Tuban. Perilaku pemilih milenial didasarkan pada banyak media yang mempengaruhi tindakan perilaku dalam memilih. Sebagai pemilih milenial yang cukup aktif di media sosial membuat mereka mengikuti isu, aktivitas, dan pengambilan keputusan masing-masing pasangan calon kepala daerah Kabupaten Tuban melalui media sosial. Apalagi bupati terpilih Aditya Halindra Faridzky yang melek media sosial menjadi nilai tambah bagi pemilih milenial. Dengan gaya yang pas untuk usia muda, dan perawakan yang cukup menyita perhatian para milenial, hal ini mendapat banyak dukungan dari pemilih milenial, bahkan hingga orang dewasa.

Selain itu, dari hasil kajian, pendekatan psikologis menjadi perilaku utama pemilih milenial di Kabupaten Tuban pada Pilkada 2020. Secara sadar, masyarakat Kabupaten Tuban khususnya pemilih milenial dapat dikatakan cukup melek politik, hal ini terlihat dari tingginya tingkat partisipasi sesuai dengan paparan data. pada. Namun demikian, hasil tulisan ini dari penelitian yang telah dilakukan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya. Bahkan dari penelitian selanjutnya diharapkan dapat melihat dari konsep yang lain.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Azirah. (2019). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pesta Demokrasi. *Politik, vol. 6 (2)*, 86-100.
- Bulqiyah, H., & Muadi, S., & Tawakkal, G. T. I. (2019). Pemilihan Kepala Desa dan Partisipasi Masyarakat Marjinal: Studi Kasus di Pulau Bawean, Indonesia. *Jurnal Wacana Politik, vol. 4 (1)*, 68-80
- Fatahuddin. (2021). *Strategi Partai Politik Dalam Merebut Suara Pemilih Milenial (Studi Pada Partai Amanat Nasional Kota Tarakan)*. Skripsi, Program Studi Ilmu Pemerintahan. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 1-74.
- Hamid, I. (2020). *Perilaku Politik Dialektika Teoritis-Empiris Untuk Penguatan Demokrasi di Era Post Truth*. Lombok : Sanabil.
- Hidayatullah, S., & Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, vol. 6 (2)*, 240-249.
- Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Tuban
- K, N. L., & Susanto, E. H. (2019). Partisipasi Politik Generasi Milenial di Instagram dalam Pemilu 2019. *Koneksi, vol. 3 (1)*, 250-254.
- Marzuki (2009). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
- Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis a Methods Sourcebook*. Singapore: SAGE Publications Asia-Pacific Pte. Ltd.
- Nurcholis Ahmad dan Tri Rizki Putra, Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov, Vol. 2 No. 1, 2020, 193-222*.
- Rachmat, B., & Esther. (2016). Perilaku Pemilih Pemula Dalam Pilkada Serentak Di Kecamatan Ciomas Kabupaten Serang Tahun 2015. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widyapraja, vol. XLII (2)*, 25-35.
- Sagita, D. (2019). Model Perilaku Pemilih Milenial Dalam Pemilihan Gubernur Sulawesi Selatan Tahun 2018 di Kota Makassar. *Skripsi Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, 1-63*.
- Semiawan, C.R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit

Alfabeta

Zulkarnaen, F., et.al (2020). Partisipasi Politik Pemilih Milenial pada Pemilu di Indonesia. *JPI: Jurnal Politikom Indonesia*, vol. 5 (2), 55–63.