

Partisipasi Generasi Milenial dalam Kancah Politik Nasional 2019

I Made Wimas Candranegara¹, I Putu Eka Mahardhika², I Wayan Mirta³
Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Warmadewa

Email: wimascandranegara3491@gmail.com

ABSTRACT

Millennials generations are valuable assets owned by the Indonesian people. The number of generations reaching approximately 35% now makes every politician interested in getting feedback from this generation. The millennial generation currently has a very broad momentum, one of which is in terms of political participation in Indonesia. The activity of this millennial generation is able to change the direction and pace of Indonesian politics towards being identical to this generation's habit. His appearance to be active in political participation today has changed Indonesia's political paradigm a lot. Young figures with very different communication styles compared to their predecessor's style make this millennial generation has its own distinctive characteristics and colors in the Indonesian public sphere. Besides that Indonesia, which is currently entering the gate of industrial revolution 4.0, must certainly adapt to the pace of the era and change the paradigm of a very fast generation especially in 2030 Indonesia will experience a demographic bonus, so that readiness and maturity in the political world for the millennial generation is very important to prepare since early.

Keywords: participation, millennial generation, national politics.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kesatuan yang memiliki lebih dari 17.504 pulau dengan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 adalah sebanyak 267 .641. 326 jiwa, yang mencakup mereka yang bertempat tinggal di daerah perkotaan sebanyak 133.320.256 jiwa (49,79%) dan di daerah perdesaan sebanyak 134.321.070 jiwa (50,21%). Penyebaran penduduk menurut pulau-pulau besar adalah: pulau Sumatera yang luasnya 25,2% dari luas seluruh wilayah Indonesia dihuni oleh 21,3% penduduk, Jawa yang luasnya 6,8% dihuni oleh 57,5% penduduk, Kalimantan yang luasnya 28,5% dihuni oleh 5,8% penduduk, Sulawesi yang luasnya 9,9% dihuni oleh 7,3% penduduk, Maluku yang luasnya 4,1% dihuni oleh 1,1% penduduk, dan Papua yang luasnya 21,8% dihuni oleh 1,5% penduduk (Badan Pusat Statistik, 2010).

Melihat komposisi sebaran penduduk Indonesia tahun 2010 yang ditambah dengan ragam etnis, budaya, bahasa dan karakteristik geografis yang berbeda pada setiap daerahnya menjadi potensi yang sangat besar Indonesia akan memiliki tantangan yang sangat luar biasa dalam mengelola penduduknya. Di lain sisi tahun 2030 Indonesia memasuki fase bonus demografi yang disaat itu jumlah penduduk usia produktif akan mendominasi Negara ini. Saat ini berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2010 dari jumlah penduduk usia produktif, kelompok usia yang

mendominasi adalah usia 15-39 tahun dengan jumlah sekitar 84,75 juta dari total penduduk Indonesia yang sejumlah 237.641.326. Artinya sekitar 35% penduduk Indonesia adalah usia produktif yang merupakan generasi Y, atau disebut dengan generasi millenials yang lahir di antara tahun 1980-2000 atau usia 19-39 tahun pada tahun 2019. Posisi yang sangat strategis dalam perkembangan generasi di Indonesia menjadikan generasi milenial ini selalu mendapat perhatian dan diperebutkan perhatiannya oleh berbagai pihak termasuk salah satunya dalam ranah politik di tahun 2019. Menghadapi pemilihan lembaga legislatif dan pemilihan presiden generasi milenial memiliki posisi tawar yang sangat tinggi, setiap calon baik calon legislatif maupun calon presiden sedang saling berebut dukungan dan saling mengklaim mendapat dukungan paling banyak dari generasi milenial.

Jika dilihat dari posisi strategis tersebut, tentu partisipasi serta keputusan pilihan dari generasi milenial di Indonesia akan menjadi sebuah partisipasi dan keputusan politik yang sangat penting dalam menentukan pilihan-pilihan atas pilihan politik yang ditawarkan ketika menentukan siapa wakil-wakil rakyat yang akan menahkodai bangsa ini dan membawa Negara Kesatuan Republik Indonesia ke arah yang lebih baik kedepannya.

HELLO
our name is

THE MILLENNIAL

GENERASI MILLENNIAL DAN MINATNYA

Menurut Manheim (1952), generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Manheim (1952) menjelaskan bahwa individu yang menjadi bagian dari satu generasi, adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama. Definisi tersebut secara spesifik juga dikembangkan oleh Ryder (1965) yang mengatakan bahwa generasi adalah agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama pula.

Dalam beberapa tahun terakhir definisi generasi telah berkembang, salah satunya adalah definisi menurut Kupperschmidt's (2000) yang mengatakan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan

mereka. Dari beberapa definisi tersebut teori tentang perbedaan generasi dipopulerkan oleh Neil Howe dan William Strauss pada tahun 1991. Howe & Strauss (1991, 2000) membagi generasi berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian-kejadian historis.

Tabel 1. Pengelompokan Generasi Oleh Beberapa Ahli.

Pengelompokan Generasi Sumber			Label		
Tapscott (1998)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13th Generation (1961-1981)	Millenial Generation (1982-2000)	-
Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
Lancaster & Stillman (2002)	Traditionalis t (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers (1965- 1980)	Generation Y (1981-1999)	-
Martin & Tulgan (2002)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Millenials (1978-2000)	-
Oblinger & Oblinger (2005)	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965- 1980)	Gen- Y/NetGen (1981-1995)	Post Millenials (1995- present)

Generasi milenials memiliki minat yang berbeda dari generasi-generasi sebelumnya. Hasil riset yang dirilis oleh Pew Research Center misalnya secara gamblang menjelaskan keunikan generasi milenial dibanding generasi-generasi sebelumnya. Yang mencolok dari generasi milenial ini dibanding generasi sebelumnya adalah soal penggunaan teknologi dan budaya pop/musik. Kehidupan generasi milenial tidak bisa dilepaskan dari teknologi terutama internet, *entertainment*/hiburan sudah menjadi kebutuhan pokok bagi generasi ini.

Tabel 2. Perbedaan Minat Generasi.

What makes your generation unique?

Millenials	Gen x	Boomer
Silence		
1. Technology(24%) depression (14%)	thechnology(12%)	work ethic(17%) WW. II
2. Musik Pop/Culture(11%) (13%)	work ethic(11%)	respectful (14%) smater
3. Liberal/Tolerant (7%) (12%)	conservative (7%)	values/moral(8%) honest
4. Smater(6%) ethic (10%)	clothes(6%)	baby boomers(6%) work

- | | | | |
|-------------------------|----------------|-------------|--------------|
| 5. Clothes(5%)
(10%) | respectful(5%) | smater (5%) | values/moral |
|-------------------------|----------------|-------------|--------------|

Note: base on respondents who said their generation was unique/distinct, item represent individual, open ended responses, top five responses are shown for each age group. Sample size for sub groups are as follow :

millenials : n=537, gen x: n=173, boomer: n=283, silence: n=205.

Di Indonesia hasil survei yang dilakukan Alvira Research Center tahun 2014 menunjukkan Generasi yang lebih muda, 15-24 tahun lebih menyukai topik pembicaraan yang terkait musik/film, olahraga, dan teknologi. Sementara generasi yang berusia 25-34 tahun lebih variatif dalam menyukai topik yang mereka perbincangkan, termasuk di dalamnya sosial politik, ekonomi, dan keagamaan. Konsumsi internet penduduk kelompok usia 15-34 tahun juga jauh lebih tinggi dibanding dengan kelompok penduduk yang usianya lebih tua. Hal ini menunjukkan ketergantungan mereka terhadap koneksi internet sangat tinggi.

PARTISIPASI POLITIK GENERASI MILLENIAL DI INDONESIA

Di tahun 2019 Indonesia di hadapkan pada tahun politik. Terdapat dua pemilihan umum, yaitu pemilihan umum legislatif, dan pemilihan umum presiden.

Pemilihan umum kali ini sedikit berbeda karena pemilu legislatif dan pemilu presiden di laksanakan secara bersama. Untuk meraih kursi legislatif dan juga kursi presiden partisipasi generasi milenial sangat di harapkan melihat jumlahnya di Indonesia saat ini mencapai 35% dari populasi penduduk Indonesia.

Jumlah yang mencapai 35% ini kemudian dengan cepat merebut perhatian kalangan politisi untuk berebut mencari perhatian generasi milenial hingga harapan akhirnya generasi ini memilih salah satu dari mereka. Dalam proses partisipasi politik menurut *Samuel P Huntington dan Joan M Nelson dalam No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries*, menyatakan bahwa; "partisipasi politik adalah kegiatan warga negara yang bertindak sebagai pribadi-pribadi yang ditujukan untuk mempengaruhi pembuatan keputusan oleh pemerintah. Partisipasi bisa bersitat individual atau kolektif, terorganisir atau spontan, mantap atau sporadis, secara damai atau dengan kekerasan, legal atau ilegal, efektif atau tidak efektif".

Jika dilihat dari segi Indikatornya partisipasi politik dapat dilihat dari:

1. Partisipasi politik menyangkut kegiatan-kegiatan dan bukan sikap-sikap
2. Subyek partisipasi politik adalah warga negara pre-man (private citizen) atau orang perorang dalam peranannya sebagai warga negara biasa, bukan orang-orang profesional di bidang politik.
3. Kegiatan dalam partisipasi politik adalah kegiatan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan pemerintah dan ditujukan kepada pejabat-pejabat pemerintah yang mempunyai wewenang politik.
4. Partisipasi politik mencakup semua kegiatan mempengaruhi pemerintah, terlepas apakah tindakan itu mempunyai efek atau tidak.
5. Partisipasi politik menyangkut partisipasi otonom dan partisipasi yang dimobilisasikan

Menurut MilBrath dan Goel (Cholisin, 2007:152), membedakan partisipasi politik menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Partisipasi Politik Apatis adalah orang yang menarik diri dari proses politik
2. Partisipasi Politik Spector adalah orang yang setidaknya-tidak pernah ikut memilih dalam pemilihan umum
3. Partisipasi Politik Gladiator adalah orang yang secara aktif terlibat dalam proses politik, yakni komunikator, spesialis mengadakan tatap muka, aktivis partai dan pekerja kampanye serta aktivis masyarakat.

Jika dilihat dari perbedaan partisipasi politik menurut Milbrath dan Goel, generasi milenial di Indonesia memiliki perbedaan segmentasi partisipasi. Jika dilihat dari segi umur Hasil survei yang dilakukan Alvara Research Center tahun 2014 menunjukkan Generasi yang lebih muda, 15-24 tahun lebih menyukai topik pembicaraan yang terkait music atau film, olahraga, dan teknologi. Sementara generasi yang berusia 25-34 tahun lebih variatif dalam menyukai topik yang mereka perbincangkan, termasuk didalamnya sosial politik, ekonomi, dan keagamaan. Konsumsi internet penduduk kelompok usia 15-34 tahun juga jauh lebih tinggi dibanding dengan kelompok penduduk yang usianya lebih tua (Alvara research, 2014). Jika dilihat teori pembagian generasi dari Neil Howe dan William Strauss usia generasi milenial saat ini di tahun 2019 memiliki rentang usia kira-kira 19-38 tahun (kelahiran 1990-2000).

Jika dilihat berdasarkan minat generasi milenial, sebagian generasi ini masih apatis dalam berpartisipasi kedalam hal yang berhubungan dengan ranah politik, tingkat kedewasaan dan pengalaman dalam hal-hal yang berkaitan dengan dunia politik menjadi salah satu kunci keterlibatan generasi ini untuk aktif atau tidak dalam ranah politik. Terlebih lagi dewasa ini sajian konten yang tersaji dalam media sosial cenderung banyak hujatan yang mengarah pada ujaran kebencian, kasus korupsi dari oknum politisi, serta hoax yang seakan tanpa batas sehingga mengkaburkan mana yang sebenarnya fakta atau berita bohong sangat sulit teridentifikasi. Hal ini juga secara signifikan membuat generasi milenial saat ini sebagian merasa bosan dan cenderung apatis untuk aktif berpartisipasi walaupun disisi lain sebagian generasi ini sadar untuk ikut terjun aktif berpartisipasi dalam ranah politik dengan membawa semangat perubahan dan pembenahan system politik yang dinilai sudah tidak relevan dengan perkembangan Indonesia saat ini yang sudah memasuki era revolusi industry 4.0.

Trend generasi milenial ikut berpartisipasi dalam kancah politik saat ini bisa di bilang mulai terlihat ke publik terutama ketika hajatan pemilihan umum legislatif dan pemilihan umum presiden tahun 2019. Banyak anak-anak muda muncul sebagai calon legislatif dan bahkan menjadi juru kampanye (jurkam) dari pasangan calon presiden yang mereka usung. Partai-partai politik pun hampir di semua lini bertransformasi mencitrakan diri sebagai partai yang mengayomi kepentingan kawula muda, mulai dari poster, iklan, baliho hingga jargon-jargon yang mengatasnamakan kaum milenial hampir di setiap sudut menghiasi kampanye mereka. Namun jika di cermati, apa betul kemudian para senior partai-partai ini serius memberikan ruang bagi kaum milenial untuk tampil dan kemudian melakukan transformasi perubahan pola sistem politik sesuai gaya politik millenials saat ini. Di tahun 2019 ini tentu merupakan tahun pembuktian bagi generasi millennial di seluruh wilayah Indonesia, apakah generasi ini hanya akan dijadikan komoditi pendulang suara atau malah juga sebagai actor yang terlibat aktif mewarnai perubahan dan perbaikan system politik di Indonesia.

POTENSI GENERASI MILENIAL DALAM PARTISIPASI POLITIK INDONESIA

Endra K Pihadhi menjelaskan bahwa potensi adalah suatu energi ataupun kekuatan yang masih belum digunakan secara optimal. Dalam hal ini potensi diartikan sebagai kekuatan yang masih terpendam yang dapat berupa kekuatan, minat, bakat, kecerdasan, dan lain-lain yang masih belum digunakan secara optimal, sehingga manfaatnya masih belum begitu terasa. Jika mengacu pada angka 35% penduduk Indonesia saat ini adalah generasi milenial maka generasi ini merupakan potensi yang sangat signifikan dalam meraih dukungan pada setiap proses hajatan politik di Indonesia. Dengan aktivitas generasi milenial yang dominan dalam menggunakan teknologi juga sangat memudahkan siapa saja memberikan input pada generasi ini melalui media social atau media-media lainnya. Dilihat dari minat generasi ini sudah tentu siapa saja pasti ingin mendapat manfaat dari besarnya jumlah generasi millennial termasuk dalam kepentingan politik mereka masing-masing. Potensi milenial yang signifikan tentu tidak serta merta dengan mudah didapat, perlu pendekatan yang aktif, kreatif dan tentunya sesuai dengan dunia mereka yang update dengan teknologi.

Partai-partai politik peserta pemilu pada pemilu legislatif 2019 juga cukup memberi ruang pada generasi milenial dalam komposisi calon legislatif yang mereka usung, di sisi lain dalam tahapan pemilu presiden beberapa tokoh muda juga bermunculan dan bahkan mengisi posisi strategis dalam tim kampanye masing-masing calon presiden. Kemunculan tokoh-tokoh muda ini seharusnya bisa membuat perubahan kondisi politik Indonesia kearah kondisi yang lebih sehat, lebih beretika dan lebih bijaksana sehingga perspektif negatif dari dunia politik dikalangan muda bisa

berkurang dan berimbas pada peningkatan partisipasi generasi milenial untuk aktif dalam kancah politik Indonesia. Keterlibatan generasi milenial sangat penting mengingat saat ini pengaruh revolusi industri 4.0 tidak bisa dihindari sehingga harus dihadapi dengan strategi yang tepat mengingat nantinya Indonesia akan mengalami bonus demografi pada tahun 2030, yang kala itu jumlah usia produktif jauh lebih besar dibanding usia non-produktif.



Sumber: popupcity.net

Dengan masuknya Indonesia di era revolusi industry 4.0 generasi milenial memiliki ruang yang sangat luas di bidang politik, kebutuhan dunia politik dengan dunia teknologi tidak dapat dihindarkan, perubahan karakter serta minat generasi juga terjadi secara signifikan, penggunaan media sosial juga internet tiap tahun selalu mengalami trend peningkatan yang signifikan, yang penggunaanya sebagian besar adalah generasi milenial. Tentu momentum ini adalah kesempatan bagi generasi milenial untuk ikut aktif berpartisipasi dalam ranah politik untuk melakukan perubahan-perubahan kearah yang lebih baik sesuai tingkat kapasitas dan kapabilitasnya masing-masing. Misalnya, sebagai calon legislatif, anggota pengawas pemilu, LSM, *creative political content creator*, konsultan politik dan ruang-ruang lainnya yang bisa dimanfaatkan. Hal ini

penting untuk diperhatikan jangan sampai generasi milenial ini hanya menjadi penonton dan cenderung hanya dimanfaatkan dalam dinamika politik yang terjadi untuk mendulang suara, tanpa pernah diberikan ruang yang lebih luas untuk berkreasi. Menjadi generasi milenial haruslah menjadi generasi yang cerdas agar dapat secara bijak berpartisipasi dalam dunia politik.

TANTANGAN DAN HAMBATAN GENERASI MILENIAL DALAM PARTISIPASI POLITIK INDONESIA

Dinamika politik yang sangat dinamis dengan tingkat perubahan yang sulit di prediksi membuat siapapun yang terjun ke dunia politik harus memiliki pengetahuan yang cukup serta analisa-analisa yang tepat dalam memprediksi keadaan fenomena politik yang sangat dinamis. Jika diibaratkan seperti Global Positioning System (GPS) maka setiap orang wajib memiliki GPS Politiknya masing-masing sehingga tidak tersesat pada saat melangkah ke dunia politik.

Melihat perkembangan politik saat ini di Indonesia, dapat dilihat beberapa tantangan generasi millenials ketika berpartisipasi di dunia politik seperti maraknya hoaks, ujaran kebencian, kurangnya edukasi yang baik, serta mencuatnya politik identitas yang sangat berbahaya bagi kebhinekaan bangsa Indonesia. Tantangan yang muncul dalam proses ini harus disikapi dengan bijaksana dan santun sehingga pendidikan etika sangat penting ditanamkan pada generasi ini hingga generasi millenials ini sadar bahwa kebhinekaan yang ada adalah kekuatan yang sangat luar biasa yang dapat merubah dunia, ibarat pelangi paduan dari berbagai warna yang membuatnya tampak indah dan tantangan generasi milenial ini untuk tetap menjaganya.

Jika mengutip pernyataan Ir. Soekarno “Perjuanganku lebih mudah karena melawan bangsa penjajah, tapi perjuanganmu akan lebih susah karena akan melawan bangsa sendiri”, kalimat ini bisa menjadi sebuah dasar pijakan berpikir dan bersikap sehingga generasi milenial sadar memang tantangan yang terjadi saat ini adalah mengelola bangsa sendiri. Ditengah berbagai kepentingan yang hadir dalam dinamika perpolitikan Indonesia baik dari kepentingan dalam negeri maupun luar negeri yang saling beradu memperebutkan posisi dan pengaruhnya dalam setiap sendi kehidupan berbangsa dan bernegara di Indonesia.

Selain tantangan tersebut ada beberapa hambatan yang muncul ketika generasi milenial ini aktif terjun dalam dunia politik pada pemilu 2019. Factor usia dan pengalaman serta senioritas sering menjadi hambatan bagi kaum milenial untuk dapat berkembang dan mendapatkan kesempatan yang strategis dalam hajatan politik tahun 2019 ini. Adanya anggapan kemampuan serta pengalaman yang masih kurang dalam dunia politik membuat sering kali generasi milenial terlihat seolah-olah hanya menjadi pelengkap dan jargon bagi kalangan elite partai semata. Kampanye mengatasnamakan generasi milenial, memperjuangkan serta memberikam ruang untuk generasi ini tampil sebagai aktor perubahan bangsa lebih terlihat hanya sebatas untuk meraup suara dari generasi yang jumlahnya 35% di Indonesia. Fenomena inilah yang kemudian harus menjadi perhatian dan perlu disikapi oleh generasi milenial Indonesia saat ini sehingga bukan hanya sebagai pelengkap dalam sebuah proses dinamika politik yang terjadi tapi juga mampu menjadi *“agent of solution”*, pada dinamika politik yang terjadi dan memberi contoh politik yang baik untuk kemajuan

bangsa Indonesia, terlebih lagi Indonesia memasuki era revolusi industri 4.0 dan akan menghadapi bonus demografi pada tahun 2030.

KESIMPULAN

Generasi milenial merupakan aset berharga yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Jumlah generasi yang mencapai kurang-lebih 35% saat ini membuat setiap kalangan politisi tertarik untuk mendapatkan *feedback* dari generasi ini. Generasi milenial saat ini memiliki momentum yang sangat luas salah satunya adalah dalam hal partisipasi politik di Indonesia. Keaktifan generasi milenial ini akan merubah arah dan laju perpolitikan Indonesia kearah yang identik dengan *habit* generasi ini.

Kemunculannya untuk aktif dalam partisipasi politik dewasa ini telah banyak merubah paradigma politik Indonesia. Tokoh-tokoh muda dengan gaya komunikasi yang sangat berbeda di bandingkan gaya pendahulunya menjadikan generasi milenial ini memiliki ciri khas dan warna tersendiri dalam ruang publik bangsa Indonesia. Disamping itu Indonesia yang saat ini memasuki gerbang revolusi industri 4.0 tentu harus beradaptasi dengan kecepatan jaman dan perubahan paradigma generasi yang sangat cepat terlebih lagi di tahun 2030 indonesia akan mengalami bonus demografi, sehingga kesiapan dan kematangan dalam dunia politik bagi generasi milenial sangat penting untuk disiapkan sejak dini: *If millennial want do the best in politics, very important millenials gen on the right momentum, on the right time, on the right spot and on the right point participate in politics.*

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasanuddin; Purwandi, Lili; Nugroho, Harry; Ekoputri, Anastasya; Halim, Taufuqul. 2017. "The Urban Middle-Class Millenials Indonesia: Financial And Online Behavior". Laporan Hasil Penelitian. Jakarta: Alvara Research Center. Diakses dari website: <http://alvara-strategic.com/wp-content/uploads/whitepaper/The-Urban-Middle-Class-Millenials.pdf>, 10 Agustus 2018.
- Ali, Hasanudin. 2016. "3M, Kunci Kemenangan dalam Pilgub DKI Jakarta 2017". Diakses dari websitedari:<http://www.republika.co.id/berita/jurnalismewarga/wacana/16/10/05/oekh2u408-3m-kunci-kemenangdalam-pilgub-dki-jakarta-2017>, pada 11 Agustus 2018.
- Alvara Research Centre. 2014. "Generasi Millennial Indonesia: Tantangan dan Peluang Pemuda Indonesia". Diakses dari website: <http://alvara-strategic.com/generasi-millennial-indonesia-tantangan-dan-peluang-pemuda-indonesia/>, pada 11 April 2018.
- Back, H., Teorell, J; Westholm, A. 2011. "Explaining Modes of Participation: a Dynamic Test of Alternative Rational Choice Models". *Journal Scandinavian Political Studies*, 34(1), 2011, 74–97.
- Bourne, P.A. 2010. "Modelling Political Trust in a Developing Country Current". *Research Journal of Social Sciences* 2(2): 84-98.
- BPS. 2010. "Sensus Penduduk 2010". Diakses dari website: <https://www.bps.go.id/news/2011/11/01/5/bps-telah-merilis-hasil-sensus-penduduk-2010.html>, pada 1 April 2018.
- Cates, S. V. 2014. "The Young and The Restless: Why Don't Millennials Join Unions?" *International Journal of Business and Public Administration*, 11(2), 2014, 107- 119.
- Dahrendorf R. 2003. "The Challenge for Democracy". *Journal of Democracy*. 14 (4) 2003.
- Dewey, Melvil. 2011. *Dewey Decimal Classification and Relative Index*. 23rd ed (Joan S. Mitchell, Julianne Beall, Rebecca Green, Giles Martin, and Michael Panzer, eds). Dublin, Ohio: OCLC.

- Dimitriou, C.K; Blum, S.C. 2015. "An Exploratory Study of Greek Millennials in The Hotel Industry: How Do They Compare to Other Generations?" *International Journal of Global Business*, 8(1), 2015, 62- 92.
- EACEA (Education, Audiovisual and Culture Executive Agency). 2012. "Political participation and EU citizenship: Perceptions and behaviors of young people". Evidence from Eurobarometer surveys. European Commission.
- Estok M, Nevitte N; Cowan, G. 2002. *The Quick Count and Election Observation*. Washington: NDI.
- Folkerts, J., Lacy, S., Larabee, A. 2008. *The Media in Your Life: An Introduction to Mass Communication* (4th ed.) Boston: Pearson Cavazza, F. 2012 Education Inc.
- Gagnier, Christina. 2008. "Democracy 2.0: Millennial-Generated Change to American Governance". *National Civic Review*, Fall 2008, Vol.97 (3), p.32.
- Gilman, Hollie Russon, Elizabeth Stokes. 2014. *The Civic and Political Participation of Millennials and Millennials Rising*. @Newamerica.
- Glasow, Priscilla A. 2014. *Fundamentals of Survey Research Methodology*. Washington C3 Center McLean, Virginia: Mitre.
- Green, Rebecca; Huang, Xiaoli. 2013. "Classification of Digital Content, Media, and Device Types". OCLC Online Library Computer Center, Inc dan Sun Yat-Sen University. Diakses dari website: <http://www.iskouk.org/files/GreenPaper> pada 17 April 2018.
- Haste, H.; Hogan, A. .2006. "Beyond conventional civic participation, beyond the moral-political divide: Young people and contemporary debates about citizenship". *Journal of Moral Education*, 35(4), 2006, 473-493.
- Howe, N; Strauss, W. 1991. *Generations: the history of America's future, 1584 to 2069*. New York City: William Morrow Paperbacks.
- Howe, N, Strauss, W. 2000. *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage.
- Idrus, N., Ng, P.K.; Jee, K.S. 2014. "Sustaining Quality in Higher Education in Southeast Asia Through Understanding Generational Changes". *Journal of Applied Sciences*, 14(16) 2014, 1819- 1827. doi: 10.3923/jas.2014.1819.1827.
- JakPat App. 2015. "Preferensi Politik Generasi Millennial". Dipublikasikan pada 30 September 2015.
- Katz, E; Blumer J. G.; Gurevitch, M. 1974. "Utilization of Mass Communication by The Individual", dalam J.G. Blumer dan E. Katz (eds), *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills: Sage.
- Kilber, J., Barclay, A; Ohmer, D. 2014. "Seven Tips for Managing Generation Y". *Journal of Management Policy and Practice*. 15: 4, 80-9.
- Kupperschmidt, B.R. 2000. "Multigenerational Employees: Strategies for Effective Management". *The Health Care Manager*, 19(1), 65-76.
- Liputan6. 2016. "Pentingnya Partisipasi Politik Generasi Y di Media Sosial". Diakses dari website: <https://www.liputan6.com/showbiz/read/2510827/pentingnya-partisipasi-politik-generasi-y-di-media-sosial> pada 13 Agustus 2018.
- Little, Ben. 2009. "The Millennial Generation and Politics". *Journal of Politics and Culture*, July 2009, Issue 42, pp.119-128. 42, pp.119-12.
- Lyons, S. 2004. "An exploration of generational values in life and at work". ProQuest Dissertations and Theses, 441-441. Diakses dari website: <http://ezproxy.um.edu.my/docview/305203456?accountid=28930> pada 10 Agustus 2018.
- Martin, C. A; Tulgan, B. 2002. *Managing the Generational Mix*. Amherst, MA: HRD Press.

- Morissan. 2016. "Tingkat Partisipasi Politik dan Sosial Generasi Muda". *Jurnal Visi Komunikasi*, Volume 15, No.01, Mei 2016: 96-113 102.
- Pew Research Center. 2014. "Millennials in Adulthood: Detached from Institutions, Networked with Friends".
- Pirie, M; Worcester, R.M. 1998. *The Millennium Generation*. London: Adam Smith Institute.
- Putra, Yanuar Surya. 2016. "Teori Perbedaan Generasi". *Jurnal Makarti* Vol.9 No.18, Desember 2016. Diakses dari website: <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/viewFile/142/133>, pada 15 April 2018.
- Roebuck, D.B., Smith, D.N; Haddaoui, T. E. 2013. "Cross-Generational Perspectives on Work-Life Balance and Its Impact on Women's Opportunities for Leadership in The Workplace". *Advancing Women in Leadership*, 33, 52- 62.
- Sandfort, Melissa H; Jennifer G Haworth. 2002. "Whassup? A Glimpse into the Attitudes and Beliefs of the Millennial Generation". *Journal of College and Character*, 3:3, DOI: 10.2202/1940-1639.1314.
- Schullery, N.M. 2013. "Workplace Engagement and Generational Differences in Values. *Business Communication Quarterly*", 76(2), 252- 265. doi: 10.1177/1080569913476543
- Tapscott, Don. 2013. *Grown Up Digital: Yang Muda yang Mengubah Dunia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Teorell, J; Torcal, M; Montero, J.R. 2007. "Political Participation: Mapping the Terrain". Dalam J. W. Deth., J. R. Montero & A. Westholm (Eds). *Citizenship and Involvement in European Democracies: A Comparative Analysis*. London and New York: Routledge.
- West, Richard; Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi* (Buku 2) (Edisi 3). Jakarta: Salemba Humanika.
- Young, S.J. et al. 2013. "Generational Differences and Job Satisfaction in Leisure Services". *Managing Leisure*, 18(2) 2013, 152- 170. doi: 10.1080/13606719.2013.752213.