

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana politisi muda berpolitik pada Pileg 2019. Dengan studi kasus Faldo Maldini dan Ratna Juwita Sari, secara spesifik penelitian ini membahas secara mendalam tentang program dan strategi kampanye media sosial politisi muda. Sebagai alat analisisnya, penelitian ini dibingkai dalam kerangka teori partisipasi politik, platform/program, dan konten kampanye media sosial.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus eksploratif analitis. Model pendekatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menjelaskan, memvalidasi, maupun mendapatkan pemaparan yang jelas tentang subjek penelitian. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data akhir bukan berupa angka atau seberapa besar, melainkan berbentuk narasi-deskripsi berbasis data yang didapatkan dari penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder berupa wawancara, studi pustaka, dokumen, dan juga media.

Latar belakang penelitian ini berasal dari fenomena tingginya Calon Legislatif yang berasal dari anak muda pada Pemilu 2019. Data menunjukkan bahwa jumlah politisi muda yang mengikuti Pemilu 2019 lebih banyak dari para politisi tua. Meskipun demikian, pada Pemilu kemarin juga masih ditemui praktek dinasti politik, termasuk yang dilakukan oleh segelintir politisi muda. Padahal maraknya dinasti politik menjadikan keterpilihan anggota DPR RI bukan berdasarkan penilaian objektif seperti kapasitas, *track record*, maupun program kampanye. Melainkan lebih kepada popularitas berdasarkan kedekatan dari klan tertentu.

Pada Pemilu, hal lain yang tidak bisa dilepaskan adalah platform/program dan media sosial. Program kampanye yang telah dibuat ditujukan untuk membantu masyarakat dalam memahami tentang gagasan dan alternatif solusi apa yang dibawa oleh politisi muda. Melalui perkembangan media baru, termasuk media sosial juga telah membuat politisi muda dituntut untuk beradaptasi dan memanfaatkan media sosial untuk berkampanye.

Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa hal bahwa politisi muda berpolitik untuk membuat dan mengubah kebijakan melalui jalur legislatif dengan didorong oleh nilai yang dipercaya, terbukti memiliki program kampanye untuk ditawarkan kepada masyarakat, dan menggunakan konten kampanye informatif dan komunikatif serta pendekatan emosional dalam berkampanye di media sosial. Temuan lain yang cukup mengejutkan bahwa kunci kegagalan maupun keberhasilan politisi muda dalam Pemilu 2019 bukan dipengaruhi oleh program dan kampanye media sosial, melainkan karena praktek patronase dan klientelisme yang banyak terjadi.

Kata kunci: *politisi muda, partisipasi politik, platform/program, dan kampanye media sosial*