

STRATEGI MARKETING POLITIK PADA CALEG MILENIAL DI KABUPATEN BUTON SELATAN

Nabila Salam

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Buton
nabilasalam74@gmail.com

Received: 2022-12-11; Accepted: 2022-12-18; Published: 2022-12-30

Abstrak : The purpose of this study was to determine the political marketing strategy of the millennial generation in South Buton Regency. This research uses a qualitative descriptive method. The informants of this research came from 2 members of the millennial generation Regional House of Representatives in South Buton Regency. The data collection techniques used were observation, in-depth interviews, and documentation studies. Researchers used source triangulation techniques to test the validity of data related to the research problem under study. The results of this study show that the two informants have different approaches to political marketing strategies, which are reflected in the use of Segmentation, Targeting, and Positioning that are tailored to the characteristics of the community and the region. DH highlights himself as an adaptive figure, understands specific needs, and respects local cultural traditions. On the other hand, KS builds an image as someone who is deep in cultural understanding, collaboration-oriented, and able to combine traditional and modern approaches. Both legislative candidates try to position themselves as leaders who can meet the needs of the people in their region and work together to achieve common interests.

Keywords: Marketing Strategy, Politics, Legislative Candidates, Millennials

Copyright © 2022, Author.

This is an open-access article under the CC BY-NC-SA 4.0



DOI: <https://doi.org/10.47453/>

Pendahuluan

Pemilihan Umum (Pemilu) adalah sebuah bentuk sah bagi warga negara untuk melaksanakan kedaulatan, yaitu memberikan wewenang kepada individu tertentu untuk menjadi pemimpin atau perwakilan mereka di badan legislatif. Pemilu dianggap sebagai perayaan demokrasi masyarakat untuk menentukan preferensi politik dan memberikan legalitas pada pemimpin yang terpilih. Indonesia telah mengadopsi sistem demokrasi, sehingga Pemilu menjadi hal yang penting, karena merupakan langkah awal dalam serangkaian proses tatanan negara yang demokratis. Oleh karena itu, Pemilu memiliki peran penting dalam menjalankan mekanisme sistem politik demokrasi. Pemilu merupakan bentuk nyata dari demokrasi prosedural. Meskipun demokrasi pada dasarnya lebih luas daripada Pemilu, Pemilu tetap menjadi komponen penting dalam demokrasi, sehingga harus diorganisir dengan aman dan sesuai dengan prinsip-prinsip demokrasi (Sardini, 2011). Kriteria yang perlu diikuti agar Pemilu dapat dianggap sebagai proses yang aman dan demokratis meliputi kepatuhan terhadap ketertiban, bersifat kompetitif, diadakan secara berkala, inklusif, jujur, serta hasil yang dihasilkan bersifat definitif dalam menentukan kepemimpinan pemerintahan (Prasetia, 2019).

Pemilihan Umum dan Pemilihan Presiden Republik Indonesia yang berlangsung pada tanggal 17 April 2019 merupakan perayaan demokrasi yang sepatutnya diapresiasi oleh seluruh warga dengan tingkat partisipasi yang tinggi. Namun, kendala-kendala yang muncul menghadapkan harapan akan partisipasi yang kuat pada tantangan. Salah satunya adalah keakuratan data pemilih yang terkumpul, ketidakmampuan dalam membangun interaksi positif antara pemahaman politisi dan pandangan konstituen, serta semakin meningkatnya biaya pemilu yang terkait dengan minimnya dukungan finansial aktif dari anggota partai (Penelitian et al., 2019).

Salah satu kriteria yang diamanatkan oleh KPU agar dapat mencalonkan diri sebagai anggota legislatif adalah memiliki usia minimal 21 tahun. Ini menjadi peluang bagi generasi milenial yang telah mencapai usia tersebut untuk berperan sebagai calon anggota legislatif pada tahun 2019. Generasi milenial, yang merujuk kepada individu yang lahir antara tahun 1983 hingga 2003, mendapatkan kesempatan untuk ikut serta dalam dunia politik dengan menjadi calon anggota legislatif. Walaupun kesempatan ini menarik, terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi, terutama mengingat generasi milenial berada pada usia yang masih muda untuk terlibat dalam arena politik yang memerlukan pengetahuan dan pengalaman yang memadai. Ini juga berlaku bagi generasi milenial yang telah membangun karir di bidang profesional dan ingin beralih ke dunia politik dengan menjadi calon anggota legislatif.

Sebelum mengambil keputusan untuk beralih ke jalur politik, generasi milenial perlu merenungkan cara mereka memilih jalan karir ini, apakah sudah tepat atau belum. Keputusan mengenai karir merupakan hal penting yang memerlukan pertimbangan yang matang, tidak boleh dilakukan secara spekulatif. Gati & Asher menjelaskan bahwa dalam memilih karir, individu perlu mengikuti proses tertentu. Proses ini melibatkan mencari alternatif karir yang sesuai, membandingkan masing-

masing alternatif tersebut, dan akhirnya memilih karir yang paling cocok. Oleh karena itu, generasi milenial harus memahami bagaimana cara mereka memilih jalur karir dengan cermat.

Meskipun generasi milenial memiliki berbagai pilihan karir, data yang dirilis oleh Forum Masyarakat Peduli Parlemen Indonesia (Formappi) mengenai kajian caleg sementara Pemilu Legislatif 2019 menunjukkan bahwa sebanyak 21 persen dari total caleg DPR (930 orang) masuk dalam kategori milenial. Ini menunjukkan minat generasi milenial yang cukup besar untuk berkarir sebagai anggota legislatif, baik di tingkat nasional (DPR RI) maupun di tingkat provinsi dan kabupaten/kota (DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota) (Ahmad Afifuddin, 2020).

Indonesia, sebagai negara demokrasi, mengakui hak yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kerangka negara demokrasi, karakteristik prosedural sangat penting, dan salah satu elemen utamanya adalah partai politik. Partai politik berperan sebagai komponen integral dalam sistem demokrasi, memiliki peran yang signifikan dalam memelihara dan mengembangkan demokrasi. Tanggung jawab partai politik juga melibatkan upaya untuk mempromosikan kesejahteraan masyarakat dengan mengadvokasi kepentingan-kepentingan rakyat dan menerjemahkannya menjadi kebijakan publik (Karimalla et al., 2019).

Keberhasilan politisi muda dalam dunia politik memang merupakan sebuah pencapaian yang signifikan dalam ranah politik. Namun, tidak dapat diabaikan bahwa masyarakat masih meragukan pengalaman para politisi muda dan juga kedewasaan mereka karena terkait dengan usia. Oleh karena itu, usia yang relatif muda sering kali menimbulkan dilema terkait peran representatif mereka sebagai anggota kaum muda dalam politik (Linawati et al., 2022)

Keberhasilan tokoh politik tidak terlepas dari strategi komunikasi politik yang digunakan. Faktanya, pencapaian tujuan partai politik sangat bergantung pada efektivitas penyampaian pesan-pesan berbagai partai kepada pemilihnya. Oleh karena itu, ketika partai politik mampu mengomunikasikan gagasan dan ide-ide mereka dengan berhasil, dampaknya adalah penerimaan oleh masyarakat terhadap pandangan politik tersebut, yang pada gilirannya dapat mengubah sikap atau perilaku masyarakat sesuai dengan yang diinginkan oleh para tokoh politik. Proses penyebaran informasi, baik melalui komunikasi lisan maupun non-verbal, antara para tokoh politik sebagai sumber dengan masyarakat sebagai penerima, tidak dapat dipisahkan dari kerangka acuan dan latar belakang pengalaman masing-masing pihak (Linawati et al., 2022)

Pada Pilkada Serentak yang akan diadakan pada tahun 2017, Kabupaten Buton Selatan sebagai salah satu daerah otonomi baru di Provinsi Sulawesi Tenggara akan mengalami pengalaman baru dengan menggelar Pilkada untuk pertama kalinya. Ini akan menghadirkan tantangan baru bagi peserta kontestan yang terlibat dalam proses suksesi tersebut. Meskipun semua kandidat yang secara resmi ikut serta berasal dari wilayah Buton, hal yang menarik dalam kompetisi ini adalah partisipasi satu pasangan calon yang mewakili jalur independen tanpa afiliasi partai politik.

Pemilihan legislatif DPRD di Buton Selatan pada tahun 2019 menyaksikan banyaknya kandidat legislatif (caleg) dari generasi milenial yang berpartisipasi. Diantaranya terdapat Dody Hasri dan Laode Armada, keduanya berasal dari Partai PDIP. Sejumlah caleg generasi milenial ini berhasil meraih kemenangan dalam pemilihan legislatif DPRD di Buton Selatan. Keberhasilan ini mengindikasikan bahwa masyarakat mulai memberikan kepercayaan kepada generasi muda untuk menjadi perwakilan mereka dengan harapan bahwa perubahan positif dapat dihadirkan.

Sebelumnya, lembaga legislatif umumnya didominasi oleh politisi senior. Adanya politisi muda yang mampu memenangkan pemilihan legislatif menunjukkan bahwa mereka juga memiliki potensi untuk memberikan sumbangan pemikiran dan ide-ide baru terhadap kebijakan-kebijakan yang akan diimplementasikan di parlemen. Fenomena ini memiliki potensi untuk mendorong lebih banyak generasi milenial untuk terlibat dalam kontes politik, baik sebagai calon legislatif maupun sebagai pemilih.

Faktor ini menjadi motivasi penulis untuk melakukan penelitian terkait strategi pemasaran politik yang digunakan untuk mendapatkan dukungan dan simpati dari pemilih, sehingga mereka dapat memenangkan pemilihan legislatif DPRD di Buton Selatan pada tahun 2024. Setelah mendapatkan pemahaman menyeluruh mengenai strategi pemasaran politik yang diterapkan, peneliti berharap bahwa strategi tersebut dapat menjadi pedoman bagi generasi milenial yang ingin terlibat dalam arena politik dan meraih kesuksesan dalam kontes tersebut (Handika & Azmi, 2020)

Dari hasil observasi awal, peneliti menyadari bahwa generasi milenial di Buton Selatan masih dianggap belum memiliki kapabilitas untuk memajukan daerah, disebabkan oleh beberapa faktor. Baik itu keterbatasan pengalaman dalam politik maupun aspek finansial. Seperti yang kita tahu, uang memiliki peranan krusial dalam proses pencalonan sebagai anggota DPRD. Meskipun generasi muda memiliki potensi untuk bersaing dengan elit partai politik, dominasi kekuasaan yang dimiliki oleh para aktor politik yang sudah mapan di wilayah Buton Selatan cenderung menyebabkan penurunan semangat generasi milenial untuk terlibat dalam politik dengan mencalonkan diri sebagai anggota DPRD.

Kondisi ini menghasilkan kurangnya partisipasi generasi milenial dalam terlibat dalam dunia politik, terutama dalam hal mencalonkan diri sebagai anggota DPRD. Faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya memainkan peran penting dalam hal ini. Karena itu, dalam penelitian ini, selain menganalisis strategi pemasaran politik, peneliti juga akan mengidentifikasi dan menganalisis hambatan-hambatan yang dihadapi oleh calon legislatif generasi milenial.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan tipe penelitian yang menggambarkan atau menjabarkan mengenai suatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa

menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya (Kriyantono, 2021).

Dalam penelitian ini peneliti tidak berusaha mencari hubungan, tidak pula menguji hipotesis, serta tidak terpaku pada teori. Dengan demikian penelitian dapat bebas mengali informasi yang dibutuhkan dari objek penelitiannya saat berada di lapangan. Oleh karena itu, peneliti memilih menggunakan metode penelitian dekriptif untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian tersebut.

Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku orang-orang yang diamati dalam suatu konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistik (Hamzah, 2019). Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah untuk mempermudah mendeskripsikan hasil penelitian dalam bentuk alur cerita atau teks naratif sehingga lebih mudah untuk dipahami. Pendekatan kualitatif ini menurut peneliti mampu menggali data dan informasi sebanyak-banyaknya dan sedalam mungkin untuk keperluan penelitian. Peneliti mengharapkan dengan pendekatan kualitatif ini mampu memberikan jawaban atas rumusan masalah yang diteliti tentang Strategi Marketing Politik Pada Caleg Milenial di Kabupaten Buton Selatan.

Dalam penentuan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik untuk mengambil sumber data penelitian dengan berbagai pertimbangan. Pertimbangan tersebut misalnya orang tersebut yang dianggap paling mengetahui tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai orang yang paling menguasai sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti, dampaknya adalah data yang dihasilkan sangat berkualitas (Sugiyono, 2016). Adapun alasan penulis menggunakan *purposive sampling* karena dalam *purposive sampling* kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Informan penelitian ini berasal dari 2 orang anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) generasi milenial di Kabupaten Buton Selatan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tentang Strategi Marketing Politik Pada Caleg Milenial di Kabupaten Buton Selatan adalah menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi (Afifuddin & Saebani, 2012).

Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data yang berhubungan dengan masalah penelitian yang diteliti oleh peneliti dengan melakukan pengecekan data yang didapat melalui beberapa sumber baik itu dari buku, jurnal ilmiah, hasil observasi, maupun wawancara serta dokumentasi.

Pembahasan

Analisis Strategi Marketing Politik Pada Caleg Milenial Di Kabupaten Buton Selatan

Tabel 1. Analisis Strategi Marketing Politik Pada Caleg Milenial Di Kabupaten Buton Selatan

No.	Nama (Inisial)	Hasil Wawancara
1.	DH (Informan 1) (Fraksi PDIP)	<p>Segmentasi :</p> <p>Menekankan pendekatan berdasarkan kebutuhan masyarakat di setiap wilayah geografis. Di wilayah pesisir, fokus diberikan pada kebutuhan nelayan dan pemberdayaan ibu-ibu dengan pelatihan yang sesuai. Di pegunungan, menekankan pendidikan tentang pengolahan pertanian untuk pria dan pelatihan berdasarkan produk pertanian lokal untuk wanita. Membedakan pendekatan berdasarkan usia pemilih. Pemilih gen z (17-25 tahun) didekati melalui media sosial dan pelatihan kreativitas, sedangkan pemilih yang lebih tua didekati melalui diskusi. Fokus pada pendekatan berdasarkan budaya desa, dengan memberikan kegiatan yang berbau budaya dan mengenali kegiatan kebudayaan untuk anak muda di desa.</p> <p>Penentuan Target</p> <p>Menekankan kebutuhan masyarakat lokal seperti pembangunan akses jalan di antara dusun di Kecamatan Batu Atas sebagai prioritas, dengan mempertimbangkan keterbatasan anggaran.</p> <p>Positioning</p> <p>Mengakui bahwa ada perbedaan pendekatan antara anggota legislatif milenial dan yang lebih berumur. Menyesuaikan diri dengan tren, terutama tren media sosial, untuk mendekati pemilih generasi muda.</p>
2.	KS (Informan 2) (Fraksi PDIP)	<p>Segmentasi</p> <p>Menekankan perbedaan karakter masyarakat di pegunungan dan pesisir. Di pegunungan, karakter penduduk lebih identik dengan petani. Dia membahas pendekatan berdasarkan kebutuhan masyarakat dan</p>

		<p>memberikan bantuan yang sesuai. Membedakan pendekatan berdasarkan demografi seperti pemuda dan lansia. Dia menekankan pentingnya program untuk pemuda dan pendekatan <i>door-to-door</i> untuk lansia. Menekankan pentingnya mengerti dan memahami bahasa daerah sebagai pendekatan. Dia menganggap pendekatan melalui sentuhan budaya lebih efektif.</p> <p>Penentuan Target Memprioritaskan komunikasi dengan masyarakat dan menyesuaikan program berdasarkan energi dan cara pendekatan, misalnya pendekatan yang lebih sederhana untuk anggota legislatif yang lebih tua, sementara anggota milenial mungkin lebih kompleks.</p> <p>Positioning Mendorong perubahan dalam politik yang lebih santun dan cerdas, menekankan bahwa uang bukan segalanya dalam berpolitik. Memanfaatkan media sosial untuk mendekati pemilih, khususnya generasi muda. Menekankan pentingnya komunikasi dalam berpolitik dan membangun kerjasama dengan lawan politik demi kepentingan bersama.</p>
--	--	---

Strategi marketing politik caleg milenial di Buton Selatan melibatkan segmentasi yang cermat, targeting yang tepat, dan positioning yang kuat untuk mencapai dan mempengaruhi pemilih. Strategi ini berfokus pada kebutuhan dan keinginan spesifik dari berbagai kelompok pemilih, dengan pendekatan yang disesuaikan sesuai lokasi geografis, demografi, dan kebudayaan.

Segmentasi

DH, dalam pendekatannya yang berfokus pada segmentasi, mengenali pentingnya memahami kebutuhan masyarakat di berbagai wilayah geografis, seperti pesisir dan pegunungan. Dia secara cerdas menyesuaikan program politiknya dengan kebutuhan khusus di setiap wilayah tersebut, seperti memberdayakan nelayan di pesisir dan petani di pegunungan.

Sementara itu, KS, dalam strategi personal branding-nya, juga memahami perbedaan geografis dan budaya yang ada di Kabupaten Buton Selatan. Dengan memperhatikan budaya lokal, bahasa daerah, dan kebutuhan masyarakat, dia menciptakan citra sebagai pemimpin yang menghargai dan mendukung warisan budaya setempat.

Targeting

DH menargetkan pemilih muda dengan pelatihan kreativitas dan kampanye melalui media sosial. Sebaliknya, KS juga mengejar pemilih muda melalui pendekatan yang serupa, menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang peran media sosial dalam politik modern.

Positioning

DH menonjolkan dirinya sebagai sosok yang fleksibel, adaptif, dan kolaboratif. Citra ini membantunya dalam menciptakan kehadiran yang kuat di tengah-tengah pemilih yang memiliki beragam kebutuhan. KS, di sisi lain, membangun citra sebagai pemimpin yang dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah dan siap memenuhi kebutuhan masyarakat setempat.

Personal Branding

Berdasarkan hasil wawancara personal branding dari calon legislatif (caleg) milenial di Buton Selatan berdasarkan informan DH mengemukakan pendapatnya bahwa Pertama, kebutuhan spesifik. Informan menonjolkan dirinya sebagai seseorang yang memahami kebutuhan spesifik masyarakat di setiap wilayah geografis, yang bisa dilihat dari pendekatannya yang berbeda antara wilayah pesisir dan pegunungan. Kedua, pendekatan generasional. Personal branding informan juga tampak pada pendekatannya yang berbeda berdasarkan usia pemilih, menunjukkan bahwa dia mengerti perbedaan kebutuhan dan cara pendekatan pada setiap generasi. Ketiga, keterikatan budaya. Melalui fokusnya pada budaya desa dan kegiatan kebudayaan, Informan berusaha membangun citra sebagai seseorang yang menghargai dan ingin mempertahankan kekayaan budaya lokal. Keempat, adaptabilitas. Informan mengedepankan pentingnya menentukan skala prioritas berdasarkan kebutuhan di lapangan, menonjolkan citranya sebagai seseorang yang fleksibel dan adaptif terhadap situasi. Selain itu pendapat KS mengenai personal branding, beliau mengemukakan bahwa Pertama, pahami karakter masyarakat. Informan memperlihatkan keahliannya dalam memahami karakter masyarakat di wilayah pegunungan dan pesisir. Kedua, pendekatan tradisional dan modern. Melalui pendekatannya yang membedakan antara pemuda dan lansia, Informan menonjolkan dirinya sebagai seseorang yang mampu memahami dan menghargai tradisi sambil tetap bergerak maju dengan pendekatan modern. Ketiga, keterikatan budaya dan bahasa. Informan memperlihatkan dirinya sebagai seseorang yang mendalam dalam pemahaman budaya lokal, terutama melalui penekanannya pada pentingnya bahasa daerah. Keempat, kolaboratif. Dengan menekankan pentingnya kolaborasi antara dprd dan pemerintah daerah serta fleksibilitas dalam berpolitik, Karlina membangun citranya sebagai sosok yang berorientasi kerjasama dan mencari solusi bersama.

Dari sini, kita bisa melihat bahwa DH menonjolkan dirinya sebagai seseorang yang adaptif, mendalam dalam pemahaman kebutuhan spesifik, dan menghargai tradisi. Sementara KS membangun personal branding sebagai seseorang yang mendalam dalam pemahaman budaya, berorientasi kerjasama, dan mampu menggabungkan pendekatan tradisional dan modern.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kedua informan memiliki pendekatan yang berbeda dalam strategi marketing politik, yang tercermin dalam penggunaan Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat dan wilayahnya. DH menonjolkan diri sebagai sosok yang adaptif, memahami kebutuhan spesifik, dan menghargai tradisi budaya lokal. Di sisi lain, KS membangun citra sebagai seseorang yang mendalam dalam pemahaman budaya, berorientasi pada kolaborasi, dan mampu menggabungkan pendekatan tradisional dan modern. Kedua calon legislatif ini berusaha memosisikan diri sebagai pemimpin yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayahnya dan bekerja sama untuk mencapai kepentingan bersama.

Daftar Pustaka

- Afifuddin & Saebani, B. A. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (2nd ed.). Jakarta : Pustaka Setia.
- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian & Pengembangan-Research & Development Uji Produk Kuantitatif dan Kualitatif Proses dan Hasil*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Jakarta : Prenadamedia Group.
- AhmadAfifuddin. (2020). Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial (Strategi Pemenangan Manufer Putra Firdaus dalam Pemilu legislatif DPRD Kota Padang Tahun 2019). In *Journal of Civic Education* (Vol. 3, Issue 1).
- Handika, R., & Azmi, A. (2020). Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial (Strategi Pemenangan Manufer Putra Firdaus Dalam Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang Tahun 2019). *Journal of Civic Education*, 3(1), 61–73.
- Karimalla, H., Fajarini, S. D., & Bengkulu, U. M. (2019). Solidaritas Indonesia Dalam Membangun Citra Partai.
- Linawati, L., Toruan, R. R. M. L., Gumelar, P. I., & Al-Araf, K. (2022). Komunikasi Politik Muhammad Dwiki Ramadhani Dalam Merebut Dukungan Kalangan Generasi Milenial Pada Pemilu 2019. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 177–189. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1922>
- Penelitian, A., Lampung, P., & Model, E. (2019). ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas alat peraga kampanye yang dilihat dari perspektif generasi milenial. Menurut data empiris, secara nasional porsi. 4(1), 44–54.
- Praselia, A. R. (2019). Pengaruh Politik Identitas Melalui Media Sosial Terhadap Generasi Milenial Dan Pelaksanaan Pemilu. *Conference on Communication and New Media Studies*, 21–33.