



Metode Kepemimpinan Milenial dalam Aspek Politik

Alma Aghisna¹, Franzeska Sandrina Regita Cahyani², Hafizhah Saraya Putri³, Muhammed Faiz Nabhan⁴, Sarah Kusuma Putri⁵

Universitas Gadjah Mada

Email: muhammedfaiznabhan@mail.ugm.ac.id

Received: 11 November 2023

Revised: 11 Desember 2023

Accepted: 18 Desember 2023

ABSTRACT

Millennial generation known as a generation lives in an era that is currently experiencing the transformation into modern life. In this era, the millennial generation has become a generation that takes the biggest role in many aspects, especially in a political aspect. Therefore, this required a leadership model that is suitable along with the development of the era and technology. This research aims to study about the millennial leadership models in society based on the political aspect in Indonesia. Methods used in this research are qualitative methods, specifically using literature review. The result of this research shows that the millennial leadership in terms of politics usually uses method, style, and media that can be adjusted by the political target market within the scope of society or the state. It is related to how a leader applies the strategies to affect the public. Various ways and approaches need to be suitable with the public's condition. It's also inseparable from the style and method used by the millennial leaders and the impact towards the political aspect.

Keywords: Millennial generation, politics, leadership, millennial leadership.

ABSTRAK

Generasi milenial adalah generasi yang hidup di zaman yang sedang mengalami perubahan menuju kehidupan modern. Pada era saat ini, generasi milenial menjadi generasi yang paling berperan dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam aspek politik. Maka dari itu, dibutuhkan suatu model kepemimpinan yang cocok seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji mengenai model kepemimpinan milenial di masyarakat yang melihat pada aspek politik di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, yaitu studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan milenial dalam ranah politik menggunakan metode, gaya, dan media yang disesuaikan dengan target pasar politik di suatu lingkup masyarakat maupun negara. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara seorang pemimpin dalam menerapkan strategi-strategi untuk dapat mempengaruhi publik. Berbagai cara dan pendekatan yang dilakukan harus disesuaikan dengan kondisi publik. Hal tersebut juga tidak terlepas dari gaya serta media yang digunakan oleh pemimpin milenial serta dampaknya pada aspek politik.

Kata kunci: Generasi milenial, politik, kepemimpinan, kepemimpinan milenial.

©2023 by Alma Aghisna, Franzeska Sandrina Regita Cahyani, Hafizhah Saraya Putri,
Muhammed Faiz Nabhan, Sarah Kusuma Putri
Under the licence CC BY-SA 4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan teknologi telah membawa banyak perubahan yang terjadi pada setiap generasi. Setiap generasi memiliki cara dan kemampuan mereka masing-masing dalam mengatur pola pikir dan memproduksi pengetahuan.

Kemampuan ini akan sangat berpengaruh terhadap gaya kepemimpinan seseorang. Kepemimpinan dapat diartikan sebagai keterampilan atau kemampuan seseorang dalam mengendalikan dan mempengaruhi orang lain. Ada istilah yang mengatakan bahwa setiap era memiliki generasinya sendiri, itu artinya bahwa setiap generasi mewakili generasi mereka dengan cara dan karakternya masing-masing. Hal ini sangat dipengaruhi oleh adanya perkembangan teknologi yang mengubah sudut pandang dan perilaku masyarakat.

Di era saat ini, generasi milenial menjadi generasi yang paling memberikan dampak perkembangan di berbagai aspek kehidupan masyarakat, mulai dari aspek sosial, budaya, ekonomi, politik, bahkan mampu mempengaruhi kebijakan. Dalam Teori Generasi dijelaskan bahwa terdapat 5 generasi yang lahir setelah adanya perang dunia kedua. 5 generasi tersebut dimulai dari generasi *baby boomer*, generasi X, generasi Y, generasi Z, dan generasi Alpha. Generasi milenial merupakan sebutan untuk generasi Y yang diartikan sebagai generasi yang hidup di zaman yang sedang mengalami perubahan menuju kehidupan modern. Generasi ini merupakan generasi yang lahir pada tahun 1980 hingga tahun 1994 dimana era digital mulai masuk dan mempengaruhi pola kehidupan di masyarakat. Namun, terdapat tantangan yang harus dihadapi dalam mewujudkan proses pembangunan, yaitu membangun pola pikir masyarakat. Oleh sebab itu, dibutuhkan suatu model kepemimpinan yang cocok dalam menghadapi tantangan baru yang semakin kompleks seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi. Pada era seperti sekarang ini, generasi muda Indonesia tumbuh dengan begitu cepat dan untuk mengimbangi hal ini dibutuhkan sebuah model kepemimpinan yang dapat menyesuaikan ritme dan pola yang terjadi di masyarakat (Peramesti & Kusmana, 2018).

Sebagaimana telah disebutkan, seiring dengan berkembangnya digitalisasi, model kepemimpinan milenial menjadi salah satu hal yang dibutuhkan dalam mengatasi berbagai tantangan dengan menyesuaikan sudut pandang masyarakat terhadap peradaban saat ini. Secara khusus dalam aspek politik yang semakin hari, isu ini menjadi isu yang sangat menarik untuk dikaji. Kepemimpinan milenial ini akan sangat relevan dengan bagaimana pemasaran politik berjalan karena hal ini

yang menjadi perhatian utama bagi banyak lapisan masyarakat di era digital seperti sekarang. Model kepemimpinan milenial menawarkan berbagai metode dan cara-cara tersendiri dalam mempengaruhi opini publik dan melakukan kampanye untuk mempersuasi masyarakat secara luas. Hal ini tentunya didukung dengan kemudahan akses serta kemampuan generasi milenial dalam menjelajah dunia digital, salah satunya adalah melalui media sosial. Dengan adanya model baru, yaitu kepemimpinan milenial maka hal ini akan sangat memungkinkan untuk menciptakan peluang baru dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam hal menyampaikan aspirasi dan gagasan mereka.

Oleh sebab itu, muncul suatu model kepemimpinan baru, yaitu kepemimpinan milenial dimana metode yang digunakan dalam model ini akan memberi dan meningkatkan peluang bagi seluruh lapisan masyarakat untuk ikut andil dalam partisipasi politik karena kalangan milenial lebih mengandalkan aspek voluntarisme dan berjejaring dalam upayanya membangun representasi politik (Sjoraida, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji mengenai model kepemimpinan milenial di masyarakat yang melihat pada aspek politik di Indonesia. Dalam merespon era kemajuan pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat. Sosok pemimpin harus dapat mengikuti setiap perkembangan zaman yang terjadi agar dapat menyesuaikan pola pikir dan interaksi masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilaksanakan dalam rangka penggambaran dengan sistematis, empiris, dan akurat terkait fenomena tertentu. Metode kualitatif menghasilkan data-data deskriptif yang berbentuk kata-kata dari data yang diambil berdasarkan fenomena yang diamati. Penghimpunan data dilakukan dengan mencari sumber dan menginterpretasikan informasi yang didapat menjadi data yang lengkap. Pengumpulan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* atau pengambilan informan berdasarkan tujuan dan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Menggunakan data-data tersebut, informasi dianalisis dan diolah sehingga dapat mendukung gagasan dan argumentasi yang diangkat. Hasil olahan informasi yang telah menjadi data utuh kemudian digunakan

untuk menarik kesimpulan (Mardalis dalam Hartanto & Dani, 2020).

Analisis data dengan metode kualitatif membagi penelitian ke beberapa aktivitas yaitu pengumpulan data, interpretasi data, dan menyusun laporan penelitian (Creswell, 2009: 145). Oleh karena itu analisis dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data. Dalam proses pengumpulan data, ditinjau beberapa hal dalam analisis yakni reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan (Sutopo, 2002: 186). Setelah wawancara, data didokumentasi lalu diolah sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selain itu, dilakukan studi literatur atau tinjauan pustaka yang berhubungan dengan kajian teoritis terkait nilai, norma, dan budaya fokus kajian. Tujuan dilakukannya studi kepustakaan dalam penelitian ini: (1). Mengidentifikasi masalah yang menarik untuk diteliti. (2). Mencari informasi yang relevan, penting, dan mendukung penelitian masalah yang dikaji. (3). Menelaah teori dasar yang sesuai dengan masalah yang diteliti. (4). Menguraikan informasi secara teoritis dan empiris berdasarkan faktor, parameter, variabel penelitian yang tergambar di dalam masalah-masalah yang diteliti. (5). Menganalisis hasil penelitian relevan terdahulu dan dikaitkan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu, studi kepustakaan bertujuan untuk menemukan kebaruan (*novelty*) atau kelebihan dan kekurangan dari penelitian penelitian terkait sehingga penelitian lanjutan dapat terus dikembangkan. Penelitian ini bersifat penemuan karena terdapat kebaruan dalam kajian, bersifat pembuktian karena membuktikan argumen yang termuat dalam penelitian, dan bersifat pengembangan karena penelitian dimanfaatkan untuk mengembangkan pengetahuan terkait.

Karakteristik studi literatur berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Zed (2008) yaitu:

1. Data diperoleh berdasarkan teks yang termuat dalam sumber-sumber relevan.
2. Data studi pustaka memiliki sifat siap pakai yaitu data mentah telah diolah oleh peneliti sebelumnya sehingga hasil pengolahan data dapat langsung digunakan.
3. Data yang diperoleh merupakan sumber sekunder atau dari tangan kedua
4. Ruang dan waktu tidak membatasi kondisi data pustaka.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari dokumentasi observasi dan wawancara, artikel, publikasi ilmiah, buku, prosiding, serta skripsi terkait topik yang diangkat. Aspek yang diidentifikasi dari himpunan beberapa sumber yaitu metode, karakteristik, serta gaya kepemimpinan milenial yang marak dilakukan masa kini. Subjek penelitian yang dikaji yaitu pemimpin milenial dalam aspek politik. Data diperoleh secara langsung yang dalam penelitian ini dilakukan wawancara dengan mahasiswa-mahasiswa. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui sumber-sumber tidak langsung atau melalui media perantara (hasil dokumentasi peneliti atau pihak lain). Umumnya, data sekunder berupa catatan, laporan, dan arsip lain yang tersedia baik bagi publik maupun tidak.

Teknik pengumpulan data yang pertama dilakukan yaitu dengan mengamati langsung atau tidak. Observasi yang dilakukan kemudian dicatat melalui proses dokumentasi. Dalam observasi, objek yang menjadi fokus pengamatan adalah situasi sosial dengan tiga komponen utamanya yaitu tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*) menurut Spradley. Pola yang disusun berisi detail-detail tentang suatu fenomena yang terjadi. Pengumpulan data selanjutnya melalui wawancara yaitu penggalian informasi dengan percakapan yang dilakukan berdasarkan tujuan tertentu. Pelaksanaan wawancara dilaksanakan dengan mengajukan pertanyaan, mengevaluasi jawaban, meminta kejelasan dari detail fenomena, pencatatan, dan refleksi mendalam dari pertanyaan-pertanyaan.

Analisis data adalah aktivitas mengatur, menyusun, mengelompokkan data hingga memperoleh sebuah temuan terkait fokus kajian. Setelah melalui kegiatan-kegiatan tersebut maka data kualitatif disederhanakan sehingga dapat lebih mudah dipahami. Setelah data disederhanakan, dilakukan proses analisis dengan menerapkan metode analisis muatan dan menarik kesimpulan sesuai konteksnya. Proses analisis meliputi pemilihan data primer dan sekunder, membandingkan data antarsumber, memadukan data-data, dan menyajikan data dalam bentuk informasi yang lengkap. Analisis data dilakukan secara objektif dan sistematis sehingga informasi tersampaikan dengan rinci dan tidak terjadi misinformasi selama proses pengkajian (Arikunto dalam Sari & Asmendri, 2020). Sejumlah langkah yang dilakukan dalam membuat tinjauan yaitu: (1) merancang tinjauan, (2) melakukan

tinjauan, (3) analisis dan (4) menulis tinjauan. dikembangkan dari pengalaman praktis dan merupakan sintesis dan dipengaruhi oleh berbagai standar dan pedoman yang disarankan untuk tinjauan literatur. Data dari proses pengolahan dan analisis serta studi literatur disajikan sebagai temuan penelitian, dipisahkan menjadi poin-poin yang utuh melalui proses pengabstraksian, dan ditafsir sehingga menghasilkan satu kesatuan informasi yang dapat ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kepemimpinan yang dilakukan oleh generasi milenial dalam ranah politik menggunakan metode, gaya, dan media yang disesuaikan dengan target pasar politik di suatu lingkup masyarakat maupun negara. Metode kepemimpinan milenial dalam aspek politik berkaitan dengan bagaimana cara seorang pemimpin untuk menerapkan strategi-strategi dalam proses mendekati dan mempengaruhi publik. Proses pendekatan oleh seorang pemimpin milenial memerlukan beberapa pertimbangan, terlebih pemimpin milenial memiliki tantangan yang besar pada konteks audiens dari generasi yang berbeda-beda dan proses globalisasi yang cenderung dinamis. Metode-metode yang dilakukan oleh pemimpin milenial ini berujung pada proses mempengaruhi publik untuk mengarahkan upaya pencapaian tujuan tertentu (Igbaekemen, 2014). Pemimpin milenial perlu menerapkan berbagai cara dan pendekatan yang disesuaikan dengan keadaan publik dan cara-cara tersebut tidak terlepas pula dari gaya serta media yang digunakan oleh pemimpin milenial serta dampaknya pada aspek politik.

Metode kepemimpinan milenial akan dibahas dari hasil wawancara yang dilakukan dengan 5 (lima) informan, yaitu:

1. A, mahasiswa Fisipol UGM
2. S, mahasiswa Fisipol UGM
3. R, mahasiswa Fisipol UGM
4. F, mahasiswa Fisipol UGM
5. M, mahasiswa Fisipol UGM

Berdasarkan hasil wawancara mengenai metode dan gaya ideal apa saja yang digunakan oleh pemimpin milenial dalam aspek politik, hasil dapat diuraikan sebagaimana apa yang telah informan sampaikan.

A, mengungkapkan bahwa pemimpin milenial dalam berpolitik harus dapat menjangkau seluruh kalangan tanpa adanya kesenjangan. Selain itu, pemimpin harus dapat menjadi penghubung yang baik dalam proses berpolitik serta berkomunikasi di antara masyarakat. S, informan lain juga memiliki pendapat yang sama mengenai figur pemimpin sebagai penghubung dalam menjembatani proses berpolitik. Ia mengungkapkan bahwa suara masyarakat seharusnya dapat tersampaikan dengan baik. Di sisi lain, pemimpin juga perlu menciptakan dan menjaga keteraturan lembaga-lembaga yang berada di sekitarnya agar tercipta kerjasama yang baik.

R, menerangkan bahwa pemimpin milenial idealnya memiliki kemampuan dalam bermedia sosial maupun teknologi digital. Teknologi digital tersebut dapat dimanfaatkan sebagai sarana penghubung dan pendekatan pemimpin dengan masyarakat luas. R juga mengungkapkan bahwa dalam arus globalisasi, proses-proses dalam kehidupan juga perlu mengikuti perkembangan zaman. Selain itu, F, informan lainnya juga memiliki pandangan pemimpin milenial yang dapat memanfaatkan proses digitalisasi dan menciptakan kolaborasi antara seluruh kalangan masyarakat, sehingga masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam proses berpolitik dan bersuara. Informan terakhir, yaitu M memiliki pandangan ideal mengenai pemimpin milenial yang dapat menunjukkan hasil cipta kerjanya dengan baik. Kinerja pemimpin yang baik menurutnya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat serta menjadikan masyarakat mengenal lebih dalam terhadap sosok seorang pemimpin. Kepercayaan yang diberikan oleh publik juga tentunya harus sejalan dengan apa yang telah seorang pemimpin rencanakan melalui visi dan misinya.

Metode-metode yang dilakukan pemimpin milenial dapat diimplementasikan dengan gaya-gaya kepemimpinan yang nantinya akan melibatkan penggunaan berbagai media sebagai cara pendekatan. Pada era revolusi industri 4.0 ini, media yang digunakan oleh pemimpin milenial dalam promosi tidak lagi menggunakan

metode lama seperti penggunaan kalender, baju, ataupun baliho. Era saat ini media sosial memegang peranan penting dalam kepemimpinan milenial. Tentunya dengan penggunaan media sosial sebagai media kepemimpinan milenial dapat menjangkau lebih banyak orang, dibandingkan dengan cara yang konvensional. Kepemimpinan Milenial adalah tentang adaptasi dan kolaborasi. Milenial lebih menghargai pendekatan kepemimpinan yang inklusif serta fleksibel. Milenial cenderung suka terhadap gaya kepemimpinan yang mendengar, menghargai perbedaan pandangan, dan pemimpin yang mengembangkan lingkungan kolaboratif. Kepemimpinan milenial tentang bagaimana seorang pemimpin menerima perubahan, menghargai keberagaman, dan menciptakan budaya yang mendorong inovasi dan pertumbuhan pada pribadi masing-masing.

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil wawancara dan *literature review* yang digunakan sebagai metode penelitian, akan dibahas secara lebih detail dan diklasifikasikan menjadi beberapa metode-metode ideal pemimpin milenial yang diharapkan. Deskripsi naratif dengan uraian beberapa metode, gaya, dan media pendekatan yang dilakukan oleh pemimpin milenial dalam ranah politik dibahas sebagai berikut:

Metode Kepemimpinan

1. Political branding

Political branding adalah sekumpulan strategi dalam ranah politik berupa organisasi politik, kelompok politik, partai politik, atau politikus yang menjadi kandidat dalam suatu kegiatan politik. Metode *political branding* ini digunakan dengan tujuan sebagai cara untuk mendekati dan mempengaruhi masyarakat, khususnya para calon pemilih agar dapat memberikan suara di dalam sebuah proses politik. Persepsi publik terhadap suatu kelompok politik merupakan suatu komponen yang berpengaruh besar terhadap kepercayaan mereka terhadap pemimpin, sehingga dalam upaya untuk meningkatkan kepercayaan, seorang pemimpin milenial perlu meyakinkan publik dengan adanya jaminan standarisasi visi dan misi yang sesuai dengan kondisi dan perkembangan dalam masyarakat. Selain itu, informasi mengenai aspek politik yang disampaikan perlu menggunakan ciri khas penyampaian yang sifatnya

sederhana, tetapi unik dan jelas. *Political branding* ini mencakup bagaimana suatu strategi, baik itu komunikasi dan implementasinya dapat menjangkau atensi masyarakat publik terhadap elemen-elemen politik.

2. Komunikasi dan pendekatan digital

Metode komunikasi di era digital tidak akan pernah lepas dari kehidupan modern dan arus globalisasi saat ini. Internet dalam digitalisasi pun menjadi sumber informasi dan pengetahuan bagi sebagian besar masyarakat masyarakat. Pemimpin milenial menjangkau publik dengan pendekatan yang dilakukan melalui teknologi maupun media komunikasi yang dapat diakses secara cepat dan mendunia, hal tersebut berkaitan pula dengan citra ataupun *branding* yang mereka bangun. Pemimpin milenial cenderung untuk menggunakan pendekatan komunikasi secara digital agar dapat menjangkau publik tanpa kesan yang terlalu formal sehingga masyarakat akan lebih mudah untuk menerima informasi. Informasi di media sosial sebagai pola dan sarana pendekatan kepada publik dibuat agar segala keluhan maupun saran dapat secara transparan dinikmati serta diakses oleh masyarakat. Tidak hanya itu, pemimpin akan lebih dekat dengan publik dengan interaksi sekunder di media digital. Potensi pemimpin milenial yang signifikan memerlukan pendekatan yang kreatif, aktif, dan disesuaikan dengan perkembangan zaman serta teknologi.

3. *Connector*

Pemimpin sebagai figur yang dapat membangun serta menjembatani hubungan baik dengan proses komunikasi maupun interaksi yang nantinya akan tercipta *outcome* berupa *feedback*, saran, keluhan, maupun kesempatan kepada publik agar dapat berpartisipasi secara aktif. Politik yang terkesan formal dan hierarkis memberikan keterbatasan bagi masyarakat untuk berpartisipasi dan bersuara. Oleh karena itu, pemimpin milenial perlu melakukan pendekatan yang menjembatani hubungan tersebut agar segala aspirasi masyarakat dapat tersampaikan dengan baik dan jelas. Pemimpin milenial menekankan pada proses terkelolanya manajemen opini publik dan komunikasi yang melibatkan masyarakat dalam proses perumusan serta

pengimplementasian kebijakan. Metode penghubungan ini melibatkan kontribusi secara langsung antara pemimpin dan masyarakat, sehingga pemimpin dapat mengetahui secara jelas mengenai dinamika dan keluhan yang ada pada masyarakat dalam ranah politik. Metode ini pun tidak lepas dari peran media-media yang menjadi sarana maupun penghubung informasi antara pemimpin dan masyarakat.

4. Inovasi dan kolaborasi

Politik perlu menyesuaikan dengan perkembangan zaman yang beriringan dengan proses globalisasi, sehingga pola serta proses dalam kegiatan politik tidak bisa terus menerus untuk dilakukan secara statis dari masa ke masa. Pemimpin milenial menggunakan ide dan pengetahuannya untuk membawa proses dalam ranah politik agar dapat menyesuaikan dengan pola perkembangan zaman. Adaptasi globalisasi dilakukan dengan adanya inovasi pada fasilitas proses berpolitik yang tetap sesuai aturan dan undang-undang, tetapi tetap dapat menjangkau seluruh kalangan. Media-media menjadi jalan penghubung dalam inovasi ide serta penyesuaian metode kepemimpinan agar dapat diterima secara efisien. Kolaborasi antara pemimpin dan masyarakat dengan pendekatan serta inovasi mampu memberikan ruang yang menekankan pada aspek keterlibatan dan komunikasi secara dua arah untuk proses berpolitik.

Gaya Kepemimpinan

Gaya Kepemimpinan adalah pendekatan yang dilakukan oleh pemimpin untuk mempengaruhi, menuntun, dan mengarahkan orang lain. Gaya kepemimpinan dari suatu pemimpin menentukan bagaimana pemimpin menentukan rencana dan strategi untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Selain untuk mencapai tujuan yang diinginkan, gaya kepemimpinan juga diperlukan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan antara pemimpin dengan anggotanya.

Gaya Kepemimpinan diperoleh oleh seorang pemimpin berdasarkan kombinasi dari kepribadian, pengalaman hidup, dan cara berpikir mereka. Para pemimpin harus memahami gaya kepemimpinan mereka dan menentukan pendekatan terbaik agar gaya tersebut dapat efektif.

Memahami dan menerapkan berbagai gaya kepemimpinan dapat meningkatkan kemampuan pemimpin untuk beradaptasi dengan situasi-situasi yang mereka hadapi, membina hubungan kerja yang positif bersama anggotanya, dan mencapai tujuan organisasi yang diinginkan. Sejatinya tidak ada pendekatan dalam gaya pendidikan yang universal dalam kepemimpinan, pemimpin yang sukses ialah mereka yang menyesuaikan gaya mereka agar sesuai dengan kondisi anggotanya dan tantangan yang mereka hadapi.

Pemimpin yang sukses adalah mereka yang selalu menerapkan pendekatan fleksibel yang mengakomodasi kebutuhan bersama, bukan hanya kebutuhan pribadi sebagai tujuan dari kegiatan yang dilakukan. Mereka beradaptasi dengan situasi dan mempertimbangkan interaksi berbagai faktor.

Media Pendekatan Kepemimpinan

Kepemimpinan sebagai salah satu bentuk seni sebagai upaya mempengaruhi tingkah laku manusia serta kemampuan untuk membimbing individu. Dalam upaya mempengaruhi tingkah laku, dibutuhkan cara dalam menjangkau target audiens. Cara yang kerap digunakan oleh seorang pemimpin adalah membentuk *brand personality* sebagai upaya membangun *personal branding*.

Brand personality sendiri merupakan sebuah karakteristik individu yang sifatnya terasosiasi atau berhubungan dengan suatu *brand* sehingga memudahkan masyarakat untuk mengenali calon pemimpin secara lebih dekat. Pada calon pemimpin, *brand personality* berpengaruh dalam menciptakan citra yang dapat menarik perhatian publik. Seorang calon pemimpin dalam bidang politik sering kali mengasosiasikan diri dengan partai politik sebagai *brand* yang lekat dengan mereka. Kehadiran *brand personality* inilah yang kemudian mendukung terciptanya *personal branding* seorang calon pemimpin.

Personal branding merupakan salah satu upaya individu untuk mengambil kendali orang lain atas penilaian kepada dirinya (Farco Siswiyanto, 2019). Dalam menciptakan citra yang baik di masyarakat sebagai upaya mempengaruhi tingkah laku, *personal branding* oleh calon pemimpin sangat dibutuhkan. Peter Montoya (2002) memperkenalkan delapan konsep dalam *personal branding*, dimana salah satunya merupakan kepemimpinan. Terdapat berbagai media yang dapat digunakan

seorang calon pemimpin dalam membangun *personal branding* dalam konsep kepemimpinan, diantaranya:

1. Komunikasi Langsung

Media kepemimpinan melalui komunikasi langsung sering kali terlihat pada kondisi bagaimana seseorang berinteraksi dengan orang lain. Dalam sebuah aspek kepemimpinan, komunikasi langsung menjadi salah satu cara untuk mempengaruhi atau bahkan menggiring pemikiran orang lain agar memudahkan dalam pengintegrasian pemikiran dan tujuan. Komunikasi langsung dapat mempengaruhi seseorang, termasuk dalam aspek *political ways* dalam menentukan pilihan politik mereka. Seorang calon pemimpin milenial yang berkecimpung di dunia politik sering kali menggunakan metode komunikasi langsung sebagai salah satu sarana untuk menggaet suara dan dukungan masyarakat. Politikus kerap kali menggunakan beberapa cara dalam komunikasi langsung, antara lain melalui kampanye dan pidato secara langsung serta terjun ke masyarakat sebagai bentuk sosialisasi dan meningkatkan intensitas interaksi. Media komunikasi langsung dinilai lebih mudah untuk menjangkau masyarakat secara emosional karena interaksi langsung yang dibangun antara politikus dengan masyarakat.

2. Instagram

Instagram merupakan salah satu instrumen yang paling banyak digunakan untuk membangun *personal branding* seorang calon pemimpin, khususnya politikus. Dalam konteks kepemimpinan pada aspek politik, seorang politisi milenial sering kali menggunakan instagram sebagai sarana untuk mengunggah kegiatan politik mereka sehingga mendukung dalam menciptakan citra yang baik pada pengguna yang menyaksikan. Tampilan konten yang ditawarkan oleh instagram membuat audiens semakin tertarik dengan hadirnya kampanye digital yang dilakukan oleh calon pemimpin milenial. Media sosial instagram juga memiliki jangkauan massa yang luas dan persebaran informasi yang menjangkau seluruh masyarakat sehingga penyebaran informasi lebih cepat serta efisien. Dengan target audiens anak muda khususnya generasi milenial, *personal*

branding yang dibangun oleh seorang calon pemimpin khususnya politisi milenial akan lebih tersampaikan sesuai target.

3. Twitter

Penggunaan media sosial twitter oleh seorang calon pemimpin milenial tidak hanya sebatas sebagai sarana untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, namun juga menjadi instrumen untuk bermanuver politik di dunia maya. Selama ini, twitter dikenal dengan media sosial di mana memberikan kebebasan berpendapat yang luas, sehingga masyarakat kerap kali menggunakan twitter sebagai sarana untuk mengkritik maupun menuangkan keluhan mereka kepada politikus. Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan para politisi milenial untuk memperluas target audiens dengan cara membuka kesempatan berbagai pihak untuk mengajukan keluhan dan kritik sehingga membentuk interaksi terbuka dua arah. Dengan demikian, citra politisi milenial sebagai politikus yang terbuka terhadap kritik dan aspirasi akan mempengaruhi tingkah laku dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat.

4. Baliho

Seorang calon pemimpin milenial tidak semata-mata hanya menargetkan generasi milenial sebagai audiensnya. Kalangan masyarakat lain dengan jangkauan usia yang lebih luas juga menjadi target, sehingga media yang digunakan tidak hanya berupa media digital. Baliho sendiri merupakan media penyebaran informasi secara visual yang ditempatkan di jalan-jalan atau tempat publik dengan intensitas aktivitas lalu lalang yang tinggi sehingga dapat menarik atensi masyarakat luas. Dengan kata lain, baliho digunakan sebagai strategi untuk menggaet audiens secara konvensional disamping adanya media sosial untuk menggaet audiens dari kalangan anak muda sehingga jangkauan usia target dapat lebih luas.

5. Podcast

Podcast memberikan kemudahan bagi seorang calon pemimpin, khususnya politisi milenial dalam menjangkau target audiens dengan beberapa kelebihan lain, diantaranya yaitu keefisienan waktu, dalam arti konten-konten yang disebar luaskan dapat didengarkan oleh masyarakat kapan saja. Kemudian,

podcast juga mereduksi keterbatasan masalah akses informasi dan keterbatasan lokasi geografis. Podcast biasanya dapat didengarkan melalui *platform* musik sehingga dapat lebih mudah diakses oleh generasi milenial. Podcast juga dikemas dengan bahasa yang mudah dimengerti, sehingga terkesan tidak terlalu formal dan kaku. Seorang calon pemimpin juga lebih bebas untuk mengontrol isi konten atau isu yang akan dibahas dalam podcast tersebut sehingga berpeluang untuk mempengaruhi pemikiran pendengarnya.

6. Souvenir atau *merchandise*

Bentuk *merchandise* yang dapat berupa stiker, kaos, dan berbagai hal lainnya banyak digunakan untuk memperkenalkan identitas seorang calon pemimpin atau politisi milenial tersebut maupun partai politiknya sehingga menciptakan *political branding*. Seperti yang telah dijelaskan pada sub bab metode kepemimpinan, *political branding* sangat dibutuhkan sebagai sarana mendekati dan mempengaruhi masyarakat, khususnya dalam menggaet suara politik. Souvenir juga terkesan sebagai *feedback* langsung kepada masyarakat oleh seorang politisi atas dukungan atau suara yang diberikan. Selain itu, keseragaman souvenir atau *merchandise* juga secara tidak langsung dapat mengkonstruksi solidaritas antara seorang politisi dengan pendukungnya, bahkan masyarakat secara luas.

SIMPULAN

Berbagai metode, gaya, dan media dalam berpolitik saat ini mengacu pada kontekstualitas perkembangan zaman dan teknologi. Generasi milenial berpengaruh besar dalam berbagai aspek masyarakat, mulai dari ekonomi, sosial, budaya, dan politik. Berkembangnya digitalisasi dalam metode kepemimpinan yang didukung dengan kemudahan akses maupun kemampuan generasi milenial memicu perkembangan gaya dan media kepemimpinan. Dalam aspek politik, generasi milenial dapat menjadi pemimpin yang mampu untuk mempengaruhi kebijakan serta gerakan publik secara luas. Politik yang kian terus berkembang dan bersifat dinamis menjadi tantangan besar dalam kompleksitas pola pikir serta sudut pandang masyarakat. Oleh karena itu, untuk dapat menjangkau masyarakat secara luas, pemimpin milenial memerlukan metode-metode yang menyesuaikan dengan

perkembangan zaman. Metode-metode seperti *political branding*, komunikasi dan pendekatan digital, *connector*, serta inovasi dan kolaborasi menjadi pilihan generasi milenial untuk mewujudkan pembangunan dan perkembangan politik di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif studi pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Ambarwati, A., Raharjo, S. T. (2018). Prinsip Kepemimpinan character of a leader Pada era Generasi Milenial. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 2(2), 114–127. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v2i2.1151>
- Basit, A., & Sebastian, V. (2017). Impact of Leadership Style on Employee Performance (a Case Study on a Private Organization in Malaysia). 5(2), 112–130.
- Candranegara, I. M., Mahardhika, I. P., Mirta, I. W. (2018). Partisipasi Generasi milenial Dalam Kancah politik nasional 2019. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 2(1), 21–30. <https://doi.org/10.51172/jbmb.v2i1.36>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain metode Penelitian Kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Harrison, A. E. (2017). Exploring Millennial Leadership Development: An Evidence Assessment of Information Communication Technology and Reverse Mentoring Competencies. *Case Studies in Business and Management*, 4(1), 25.
- Igbaekemen, G. O. (2014). Impact of Leadership Style on Organization Performance : A Strategic Literature Review. *Public Policy and Administration Research*, 4(9), 126–136.
- Juditha, C., Darmawan, J. J. (2018). Use of digital media and Political Participation Millennial Generation. *JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN OPINI PUBLIK*, 22(2). <https://doi.org/10.33299/jpkop.22.2.1628>
- Khoerrunnisa, D. A., Sjoraida, D. F., & Priyatna, C. C. (2019). Personal Branding Politisi Generasi Millennials Studi Deskriptif Personal Branding Faldo Maldini Sebagai Politisi Generasi Millennials. *Jurnal Riset Komunikasi*, 10(2). <https://doi.org/10.31506/jrk.v10i2.7260>
- Kusumawati, I. T., Soebagyo, J. (2022). Studi Kepustakaan Kemampuan Berpikir Kritis Dengan Penerapan Model PBL Pada Pendekatan Teori Konstruktivisme. *Jurnal MathEdu*, 13–18.

- Leuwol, N. V., Gaspersz, S., Tupamahu, M. S., Wonmaly, W. (2023). Karakteristik Kepemimpinan ideal di era Generasi Milenial. *Journal on Education*, 5(2), 4292–4302. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1144>
- Madanchian, M., Hussein, N., Noordin, F., & Taherdoost, H. (2016). Impact of Leadership on Organizational Performance. *Economics and Education*, III(1), 115–119.
- Mulyani, R. (2021). Political branding Tsamara Amany alat Selama Masa Kampanye pemilu legislatif 2019 DI Media sosial. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(1), 21–30. <https://doi.org/10.31334/lugas.v5i1.1554>
- Peramesti, N. P., Kusmana, D. (2018). Kepemimpinan Ideal Pada era generasi milenial. *TRANSFORMASI: Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 73–84. <https://doi.org/10.33701/jt.v10i1.413>
- Rahayu, S. K. (2021). Penguatan Kesadaran Bela Negara Pada remaja milenial menuju Indonesia emas. *PEDAGOGIKA*, 12(2), 134–151. <https://doi.org/10.37411/pedagogika.v12i2.711>
- Sharma, D. L. J. K., & Singh, D. S. K. (2013). A Study on the Democratic Style of Leadership. *International Journal of Management & Information Technology*, 3(2), 54–57.
- Sinek, S. (2017). Find your why. *Portfolio/Penguin, an imprint of Penguin Random House*, LLC.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>