

# Budaya Politik Pemilih Milenial: Studi Kasus Pengalaman Belajar Masyarakat terhadap Pilkada Kabupaten Solok Selatan Tahun 2020

Handriva Fauzi

Universitas Negeri Padang

\*E-mail: [handrivafauzi@gmail.com](mailto:handrivafauzi@gmail.com)

## Abstract

Budaya politik adalah pola perilaku masyarakat dalam kehidupan bernegara, pelaksanaan penyelenggaraan negara, kebijakan negara, undang-undang, adat istiadat dan standar adat yang dianut oleh seluruh anggota masyarakat yang dialami setiap hari. Sedangkan pemilihan umum merupakan implementasi dari demokrasi. Sebagai bagian dari masyarakat, generasi milenial sebagai penerus pembangunan masa depan suatu bangsa tidak bisa dilepaskan begitu saja oleh suatu negara. Tingginya otoritas generasi milenial atas hak suara menjadi salah satu aspek yang harus diprioritaskan oleh setiap tim sukses, hanya saja pemilih generasi milenial sangat akrab dengan kemajuan teknologi sehingga membuat tim sukses berpikir keras dalam merumuskan strategi kampanye. Artikel ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana kaum milenial menggunakan hak pilihnya dalam pelaksanaan pemilihan umum. Menggunakan metode penelitian kualitatif dan studi kepustakaan dengan mencari berbagai referensi tentang keterlibatan pemilih milenial dari buku dan artikel ilmiah, kajian ini menyimpulkan bahwa partisipasi milenial sangat berpengaruh terhadap tingkat elektoral calon yang diusung, namun demikian diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan pemilih di sektor milenial.

**Keywords:** Budaya Politik, Generasi Milenial, Pemilu



Licensees may copy, distribute, display and perform the work and make derivative works and remixes based on it only if they give the author or licensor the credits ([attribution](#)) in the manner specified by these. Licensees may copy, distribute, display, and perform the work and make derivative works and remixes based on it only for [non-commercial](#) purposes.

## Pendahuluan

Generasi milenial tidak terlepas dari internet dan media sosial, hal tersebut dibuktikan oleh massifnya pengguna internet dan media sosial di kalangan generasi muda saat ini. Menurut wearesocial, pada Januari tahun 2023 terdapat sebanyak 212,9 juta pengguna internet di Indonesia atau 77% dari total populasi penduduk yang mengantarkan Indonesia menempati posisi ke delapan dunia dengan tingkat pengguna internet. Tingkat pengguna internet yang tinggi tersebut menggeser media konvensional yang selama ini mendominasi saluran penyebaran informasi kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2020, sekitar 70 juta anak milineal memiliki hak suara dalam politik. Jumlah yang sangat fantastis ini kian menegaskan bahwa kaum muda mengambil porsi yang cukup besar dalam gelaran pesta demokrasi di Indonesia. Oleh karena itu, generasi milenial ini menjadi topik yang unik untuk dibahas dalam pemilihan umum tahun 2024 mendatang.

Tingginya angka pemilih di suatu negara, tidak serta merta pula menentukan tingginya tingkat partisipasi pemilih di negara tersebut. Kendati setiap warga negara mendapatkan kebebasan, keadilan dan kesetaraan dalam implementasi konsepsi dan gagasan pada pemilu untuk menentukan siapa calon pemimpin mereka (Nasir, 2020), informasi tentang calon pemimpin yang akan dipilih tetap menjadi hal yang penting dalam menentukan partisipasi pemilih, khususnya generasi milenial.

Tingkat partisipasi pemilih dapat dijadikan indikator untuk mengetahui sistem demokrasi sebuah negara (Sule & Sambo, 2020). Tingginya partisipasi pemilih di suatu negara dapat diartikan sebagai wujud baiknya demokrasi di negara tersebut. Sebaliknya, rendahnya partisipasi pemilih dalam pemilihan umum suatu negara, menandakan adanya permasalahan dan memerlukan solusi untuk penyelesaian.

Gatara & Said (2007) menyatakan bahwa saat ini budaya politik di Indonesia merupakan realitas yang fundamental dan paling kuat dalam sistem politik. Budaya politik itu sendiri adalah pola perilaku masyarakat dalam kehidupan bernegara, pelaksanaan penyelenggaraan negara, kebijakan negara, undang-undang, adat istiadat, dan standar adat yang dianut oleh seluruh anggota masyarakat yang dialami setiap hari. Perbedaan karakteristik budaya pemilih terpola dalam penyelenggaraan pemilihan umum, tidak terkecuali pada pemilihan kepala daerah.

Bagi peserta pemilihan umum 2024, pileg dan juga pilkada 2024, pemilih milenial dapat dijadikan basis pemilih. Dengan memahami karakteristik budaya pemilih milenial, proses sosialisasi pencalonan sekaligus promosi para calon dapat dilakukan dengan baik. Terlebih lagi hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat penerimaan masyarakat terhadap seorang calon.

Kajian terdahulu tentang generasi milenial ini pernah diteliti oleh (Komariah and Kartini, 2019) meneliti tentang media dan budaya generasi milenial dalam politik, Sacipto and Rufaida (Sacipto and Rufaida, 2020) meneliti tentang pengetahuan generasi milenial tentang surat suara dan penelitian yang dilakukan oleh (Fauzi, 2020) serta pengaruh media sosial youtube terhadap faktor keputusan pemilihan pemimpin generasi milenial. Dari beberapa penelitian tentang generasi milenial belum ada yang melakukan penelitian tentang partisipasi milenial pada pesta demokrasi seperti pada pemilihan umum, untuk itu fokus penelitian ini untuk melihat partisipasi dan budaya politik milenial di Kabupaten Solok Selatan.

## **Metode**

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif, dengan studi kasus budaya politik milenial pada pemilu serentak 2024 di Kabupaten Solok Selatan. Informan dalam penelitian ini adalah Informan 1 Ketua Milenial Pasangan Khairunas-Yulian Efi dan Informan 2 Ketua Tim Pemenangan Pasangan Khairunas-Yulian Efi, serta Ketua KPU Kabupaten Solok Selatan. Selain itu, metode lain yang digunakan dalam penelitian adalah depth interview dan in depth interview, serta studi pustaka dan dokumentasi untuk memberikan informasi terkini yang dapat memberikan kontribusi dalam memecahkan masalah.

## **Hasil dan Pembahasan**

Karakteristik generasi milenial, berbeda dengan generasi sebelumnya, khususnya pada penggunaan teknologi dan digital seperti penggunaan gadget atau android, dan pemanfaatan penggunaan media dalam berbagai konteks dan pekerjaan (Naldo & Satria, 2018; Betz, 2019; dan Komariah & Kartini, 2019).

Generasi ini berkembang dengan cepat, banyak hal high-quality dan bad-quality pada proses perkembangan generasi ini, di mana kemajuan teknologi membuat generasi milenial cepat menyerap informasi yang ada pada setiap lini masa, penggunaan komunikasi online seperti whatsapp, line dan Instagram merupakan salah satu sumber informasi yang mereka gunakan dalam menentukan calon pemimpin nantinya. Berbicara tentang politik tidak akan terlepas dari ke generasi millennial (Tarsidi et al., 2019).

Menurut Potehadi (2019) dalam tulisannya di Kompasiana.com, Pada tahun 2019 menjadi sebuah momentum politik yang sangat membutuhkan peran dari generasi milenial yang cakap dalam media, tanggap, kreatif, dan advokatif. Generasi Milenial sebagai generasi penerus bangsa, sangat amat diperlukan di bidang politik, apabila partisipasi mereka sangat rendah, siapa yang akan meneruskan perpolitikan dalam suatu Negara?

Penelitian yang dilakukan oleh Christiany Juditha dan Josep Darmawan yang berjudul "Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial" menunjukkan penggunaan media

yang seringkali digunakan untuk mengakses informasi umum ataupun berita politik oleh generasi milenial yaitu media online dengan 80,5% 100% responden. Untuk itu, agar meraih partisipasi generasi milenial pada bidang politik perlu menggunakan teknologi yang instan dan maju. Dalam penelitian selanjutnya, Partisipasi Politik pada Pemilihan Umum Legislatif dan Presiden 2019 mendatang menunjukkan Mayoritas responden milenial (91,1%) mengaku akan memberikan suara mereka (Juditha & Darmawan, 2018).

Menurut data BPS Kabupaten Solok Selatan (2021), jumlah generasi milenial cukup mendominasi dibandingkan dengan generasi lain, hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Kelompok Umur Age Groups	Jenis Kelamin Sex		Jumlah Total
	Laki-Laki Male	Pemungutan Female	
(1)	(1)	(1)	(1)
0-4	8.216	7.850	16.066
5-9	7.819	7.385	15.204
10-14	8.280	7.772	16.052
15-19	8.739	8.269	17.008
20-24	8.819	8.028	16.847
25-29	7.796	7.436	15.232
30-34	7.788	7.729	15.517
35-39	7.178	7.109	14.287
40-44	6.869	6.554	13.423
45-49	5.883	5.634	11.517
50-54	4.987	4.665	9.652
55-59	3.826	3.781	7.607
60-64	2.937	3.044	5.981
65-69	2.246	2.255	4.471
70-74	1.480	1.477	2.957
75+	1.271	1.522	2.793
2021	94.334	98.520	194.854
2020	96.859	89.148	182.827

**Gambar 1**  
Kelompok Gen Z dan Milenial

Dari tabel di atas dapat terlihat total kelompok "Gen Z" dan Millennial di Kabupaten Solok Selatan 64.604 atau sekitar 35% dari jumlah penduduk. Sedangkan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Solok Selatan menetapkan daftar pemilih tetap pada tahun 2020 sebanyak 132.488 pemilih yang diisi oleh 49% pemilih milenial dan "Gen Z" (pemilih pemula).

Dewasa ini, banyak terdapat sejumlah kendala yang terkait dengan pemilih pemula yang di antaranya pertama, pemilih pemula yang pada hari pencoblosan berumur 17 tahun dan ingin mengikuti Pemilum masih banyak yang belum melakukan perekaman dan pencetakan e-KTP, alias belum memiliki e-KTP. Kedua, syarat perekaman, penerbitan, dan pemberian e-KTP baru bisa dilakukan pas di hari ketika penduduk berusia 17 tahun. Sementara bila dilakukan perekaman dan penerbitan e-KTP tepat di hari pemungutan suara, meskipun waktu itu sempat dijanjikan Mendagri Tjahjo Kumolo bisa dilakukannya hanya dalam waktu satu jam jika seluruh persyaratan terpenuhi bisa dianggap melanggar aturan dan sangat riskan dilakukan. Apalagi di hari libur karena dipastikan seluruh rakyat Indonesia yang memenuhi syarat pemilih tengah berkonsentrasi untuk mengikuti Pemilu 2024.

Ketiga, dalam UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu diatur mengenai Daftar Pemilih Tambahan (DPTb) atau pemilih yang telah terdaftar dalam DPT di suatu TPS yang karena keadaan tertentu Pemilih tidak dapat menggunakan haknya untuk memilih di TPS tempat yang bersangkutan terdaftar dan memberikan suara di TPS lain. Syaratnya, harus menunjukkan e-KTP atau Surat Keterangan

(Suket) dan salinan bukti telah terdaftar sebagai Pemilih dalam DPT di TPS asal dengan menggunakan formulir Model A.A.1KPU (PKPU No. 11 tahun 2018, Pasal 37 ayat 1). Selain itu, pada Pasal 348 UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu mengatur bahwa pada Pemilu 2019, untuk pertama kalinya, kepemilikan KTP elektronik (KTP-E) menjadi syarat sah bagi warga negara untuk dapat menggunakan hak pilih. Tanpa KTP-E, mereka tidak bisa memilih. Jadi, meskipun pemilih pemula sudah masuk dalam DPT, jika tidak mempunyai e-KTP atau Suket, tidak dapat menyalurkan hak pilihnya.

Masalah lainnya di antaranya pertama, pemilih "Gen Z" rawan dipolitisasi dan dijadikan komoditas politik untuk mendongkrak popularitas dan elektabilitas kontestan Pemilu, baik Pilpres maupun Pileg. Kedua, pemilih "Gen Z" rawan didekati, dipersuasi, dipengaruhi, dimobilisasi, dan sebagainya untuk bersedia mengikuti kampanye yang dilaksanakan. Padahal sebelum ini, para kontestan Pemilu tersebut tidak jelas kepeduliannya terhadap pemilih pemula. Ketiga, pemilih "Gen Z" masih banyak mengidap penyakit labilitas dan emosionalitas. Dalam konteks Pemilu, mereka berada dalam pusaran antara antusiasme politik dengan apatisme politik. Pada satu sisi sangat bersemangat dan ingin mengetahui seputar Pemilu, khususnya melalui media sosial. Namun, belum tentu antusiasme tersebut simetris dengan realitas perilaku politiknya. Bahkan tidak sedikit kalangan pemilih "Gen Z", termasuk mahasiswa, lebih memilih tidak menyalurkan hak pilihnya alias Golput.

Dengan kata lain antusiasme politik kalangan muda, khususnya pemilih "Gen Z" di politik lebih merefleksikan suatu fenomena romantisme politik atau sensate democracy. Keempat, pemilih "Gen Z" sering menjadi sasaran empuk politik transaksional, atau politik uang. Politik uang dalam konteks pemilih "Gen Z" bisa berangkat atas inisiatif dari partai politik, tim kampanye, dan para calo politik (political broker). Tetapi, bisa juga berasal dari inisiatif pemilih "Gen Z" itu sendiri. Jangan lupa, di antara pemilih "Gen Z" juga sudah mengenal politik uang serta sumber- sumber dari politik uang tersebut. Hanya saja politik uang di kalangan pemilih "Gen Z" cenderung hanya dalam jumlah terbatas, recehan atau eceran. Bukan dalam jumlah besar, glosiran, partaian, atau kardusan. Kelima, pemilih "Gen Z" belum berpengalaman dalam mengikuti kegiatan Pemilu, khususnya pemberian suara di Tempat Pemungutan Suara (TPS).

Kegiatan ini gampang-gampang susah. Terlebih pada Pemilu Serentak 2024 nanti di mana surat suara (ballot paper) yang harus dicoblos oleh pemilih cukup banyak, yakni: (1) untuk Capres dan Cawapres, (2) anggota DPR, (3) anggota DPD, (4) anggota DPRD Provinsi dan (5) untuk anggota DPRD di tambah lagi pada tahun 2024 nanti pemilukada akan di lakukan secara serentak Di era modern ini dunia mengalami kegoncangan nilai dan norma yang cukup kuat. Krisis moral dan etika kehidupan berbangsa terutama krisis nilai pada aspek politik begitu terasa, contohnya saja peningkatan angka golput pada setiap penyelenggaraan pemilu.

Selain itu, penyimpangan etika privat dan etika publik dalam bernegara mengalami peningkatan dan kekacauan norma seakan- akan terus terjadi dalam praktik pengelolaan negara sehingga dalam suasana globalisasi kita gamang menghadapinya, dengan sikap responsif. Tindakan politik yang senantiasa mendasarkan diri pada etika tentu akan selalu menghasilkan kebaikan-kebaikan bersama yang lebih besar dari pada sekedar tindakan politik yang hanyamementingkan kepentingan sesaat. Karena etika pada hakikatnya memiliki landasan pemikiran kritis berkaitan dengan ajaran-ajaran maupun pandangan-pandangan tentang moral dalam konteks kehidupan sebagai umat manusia yang memiliki potensi kebaikan. Memilih untuk golput sama saja dengan mengabaikan nilai-nilai etika dalam bernegara.

Oleh karena itu diharapkan kepada generasi milenial dan pemilih pemula untuk menerapkan nilai-nilai etika dengan ikut berperan aktif dan tidak golput dalam pesta demokrasi. Mereka jadi segmen yang sangat strategis untuk dilibatkan partisipasinya dalam memberikan kontribusi bagi Indonesia. Membangun persepsi bahwa politik yang baik dan sehat itu adalah hal penting dan mendesak dilakukan. Jangan sampai para pemilih pemula ini terus terjebak pada apatisme politik yang membuat mereka memilih untuk golput dan kehilangan selera untuk berpartisipasi dalam politik pada umumnya dan pemilu pada khususnya.

Milenial dan "Gen Z" sangat diperhitungkan tentang partisipasinya di pemilu 2024 yang akan datang, karena mereka menjadi salah satu penentu sukses tidaknya pemilu 2024. Milenial dan "Gen Z" menguasai 40-50% pemilih, sehingga sangat besar pengaruhnya terhadap keputusan pemimpin masa depan. Dalam konteks ini, partisipasi politik kaum milenial sangat tinggi, karena kaum milenial menyumbangkan banyak suara di kalangan pemilih pada pemilu 2019 (Juditha & Darmawan, 2018).

Milenial dan "Gen Z" memiliki pengaruhnya sendiri terhadap pemilu, selain dari jumlah mereka yang banyak, generasi mereka hidup di era informasi dimana segala sesuatunya menggunakan internet atau media online. Selain itu, seiring dengan perubahan dunia politik yang menuntut lebih banyak kaum milenial untuk memahami ranah-ranah tersebut agar dapat menembus tirani yang dibangun oleh kepentingan elemen-elemen politik yang mendominasi aktivitas politik terlebih dahulu. Merekalah yang bisa membangun dan mengubahnya.

Dengan kekuatan yang cukup tinggi, bukan tidak mungkin kaum milenial dan "Gen Z" akan menjadi target pemasaran utama setiap tim kandidat yang berhasil. Minimnya informasi yang benar dan maraknya berita hoax di setiap media massa membuat kebingungan bagi setiap pemilih milenial (Septiadi et al., 2020), yang menimbulkan banyak spekulasi yang membuat kaum milenial dan "Gen Z" yang memilih kurang termotivasi, karena mereka tetap skeptis terhadap setiap kandidat yang diajukan. Selain itu, pola komunikasi yang berbeda di setiap daerah menjadi masalah tim sukses meneliti pola komunikasi tradisional di masing-masing daerah, dan masyarakat biasanya lebih diterima jika masyarakat yang datang sudah memahami adat dan budaya daerah sasaran acara. (Wibowo, 2019).

Indonesia akan menerima bonus demografi pada tahun 2030, ketika kaum milenial dan gen z berperan besar dalam pengambilan keputusan hak suara, yang kini telah dijelaskan secara gamblang oleh sumber-sumber dari lembaga investigasi pada pemilihan umum yang lalu, diperkuat oleh Lipi, mereka mengatakan: 40% adalah pemilih milenial (Abdi, 2018). Partisipasi milenium dan gen z akan memantapkan pesta demokrasi berikutnya, dan tim sukses yang menarik perhatian kaum milenium dan gen z akan memiliki peluang lebih baik untuk memenangkan proses demokrasi.

## **Kesimpulan**

Partisipasi pemilih pemula ("Gen Z" dan milenial) adalah warga negara dalam usia pemilih. Milenial didefinisikan sebagai mereka yang lahir antara tahun 1980-an dan akhir 1990-an Partisipasi pemilih milenial dan "Gen Z" dalam pemilu merupakan indikator penting tentang seberapa baik kinerja suatu negara. Partisipasi pemilih milenial dan "Gen Z" yang rendah dalam pemilihan umum suatu negara menunjukkan masalah yang perlu ditangani. Milenial dan "Gen Z" merupakan generasi yang akrab dengan kemajuan teknologi. Milenial dan gen z sebagai generasi penerus suatu negara sangat dibutuhkan di bidang politik. Jika partisipasi mereka rendah, maka suatu negara tidak memiliki penerus politik.

Oleh karena itu, temuan menunjukkan bahwa peran dan partisipasi politik kaum milenial dan "Gen Z" akan tetap sangat penting bagi beberapa demokrasi di masa depan, dan masing-masing tim yang sukses harus dapat mengembangkan strateginya sendiri untuk menarik perhatian pemilih milenial dan "Gen Z" karena jumlahnya hingga 40-50% dari pemilihan umum. Hal ini membuat partisipasi pemilih milenial dan gen z sangat dibutuhkan.

Dalam penelitian peneliti menemukan budaya politik milineal sangat memberikan pengaruh untuk pemilihan serentak di Tahun 2024. Karena itu sangat diperlukan strategi-strategi peningkatan jumlah hal pilih bagi generasi milenial, selain itu untuk meningkatkan jumlah tingkat partisipasi pemilih milenial dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti promosi calon – calon pimpinan dari setiap partai atau pun materi dengan menggunakan media elektronik seperti youtube, instagram, facebook, dan media komunikasi seperti whatsapp dan line. Dikarenakan karakteristik pemilih milenial lebih menonjol dengan melihat track record calon yang disusung melalui media teknologi.

## **Daftar Rujukan**

Abdi, A. P. (2018). Hasil Survei LIPI: 40 Persen Suara di Pemilu Didominasi Milenial Ilustrasi Kotak

- suara KPU. Tirto.Id. <https://tirto.id/hasil-survei-lipi-40-persen-suara-di-pemilu-didominasi-milenial-dbGF>
- Ahmad, J. (2018). Desain penelitian analisis isi (Content analysis). *Research Gate*, 5, 1–20. Andiraharja, D. G. (2020). Politik Hukum pada Penanganan Tindak Pidana Pemilu. *Khazanah Hukum*, 2(1), 24–31.
- Budiardjo, M. (2015). *Dasar-Dasar Ilmu Politik* cetakan 5. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santrock, J. W. (2002). *Life Span Development*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Fauzi, A. (2020). Pengaruh Media sosial Youtube terhadap generasi milenial dalam menentukan pilihan presiden pada pemilu 2019. Universitas Pelita Harapan.
- Jaelani, L. (2019). Implementation Of Aqidah Akhlak Learning Using The Contextual Learning Model In Ma An-Nur Malangbong Garut District. *International Journal of Islamic Khazanah*, 9(2), 48–60.
- Juditha, C., & Darmawan, J. (2018). Penggunaan Media Digital Dan Partisipasi Politik Generasi Milenial Use Of Digital Media And Political Participation Milenial generation. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik Vol*, 22(2), 94–109.
- Komariah, K., & Kartini, D. S. (2019). Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milenial dalam Pemilu. *ARISTO*, 7(2), 228–248.
- Laksmitha, N., & Susanto, E. H. (2019). Partisipasi Politik Generasi Milenial di Instagram dalam Pemilu 2019. *Koneksi*, 3(1), 250–254.
- Lalo, K. (2018). Menciptakan generasi milenial berkarakter dengan Pendidikan karakter gunamenyongsong era globalisasi. *Jurnal Ilmu Kepolisian*, 12(2), 8.
- Nasir, I. (2020). Analisis Hukum Penanganan Pelanggaran Adminitrasi Pemilu/Pemilihan. *Khazanah Hukum*, 2(1), 41–50.
- Nindyati, A. D. (2017). Pemaknaan Loyalitas Karyawan Pada Generasi X Dan Generasi Y (Studi Pada Karyawan Di Indonesia). *Journal of Psychological Science and Profession*, 1(3), 59–66.
- Potehadi, M. (2019). Peran Generasi Milenial dalam Ruang Politik. *kompasiana.com* <https://www.kompasiana.com/melkianuspotehadi/5d85c264097f367be43d5572/peran-generasi-mileneal-dalam-ruang-politik>
- Sacipto, R., & Rufaida, K. K. (2020). Analisa Pengetahuan Generasi Milenial Terhadap Warna Surat Suara Pemilu 2019 Kabupaten Semarang. *ADIL Indonesia Journal*, 2(1)
- Septiadi, M. A., Joharudin, A., Lestari, N. G., Fajri, R. R., & Khendra, M. (2020). Halal Politics Role in the Fight against Vote-Buying and Hoaxes. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(2), 33–39.
- Sule, B., & Sambo, U. (2020). THE 2019 general election and the politics of inconclusive election in nigeria: a review of the affected states. *Khazanah Sosial*, 2(3), 105–124.
- Tarsidi, D. Z., Nugraha, I., Fadhilah, F., & Pertiwi, G. (2019). Orientasi poligami (politik generasi milenial) dalam menghadapi pesta demokrasi 2019. *Psikologi Sosial Di Era Revolusi Industri 4.0: Peluang & Tantangan*, 59–65.
- Undang-Undang. (2003). UU No 23 Tahun 2003 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Pasal 7.
- Wibowo, A. (2019). Pola Komunikasi Masyarakat Adat. *Khazanah Sosial*, 1 (1), 15–31.