



EDUKASI POLITIK UNTUK PEMILIH MILENIAL PADA PEMAHAMAN BAHAYA BROKER POLITIK

POLITICAL EDUCATION FOR MILLENNIAL VOTER ON UNDERSTANDING THE DANGER OF POLITICAL BROKERAGE

Ratna Riyanti¹, Sanusi², Mikchael Saut Siregar³

¹Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Bangkinang, Indonesia

²Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

³Universitas Krisnadwipayana, Bekasi, Indonesia

Email: ratnariyanti662@gmail.com

INFO ARTIKEL

Kata Kunci:

Pemilih Milenial,
Broker Politik,
Politik Uang,
Edukasi Politik.

ABSTRAK

Pemilih milenial merupakan pemilih yang besar di Indonesia. Peran mereka sangat penting dalam meningkatkan partisipasi pemilih, agar terciptanya pemilu yang berkualitas. Untuk meningkatkan minat dan pemahaman mereka tentang pemilu sertabahaya dari politik uang terutama yang dilakukan oleh broker politik. Kurangnya pemahaman pemilih milenial tentang Pemilu salah satu yang membuat politik uang berkembang di negara ini. Untuk itu perlu bagi KPU sebagai penyelenggara memberikan sosialisasi berupa pendidikan politik kepada pemilih milenial.

Copyright © 2023 JSR. All rights reserved.

ARTICLE INFO

Keywords:

Millennial Voters,
Political Brokers,
Money Politics,
Political Education.

ABSTRACT

Millennial voters are a large number of voters in Indonesia. Their role is very important in increasing voter participation, in order to create quality elections. To increase their interest and understanding about elections and the dangers of money politics, especially those carried out by political brokers. Millennial voters lack of understanding about elections is one of the reasons money politics is developing in this country. For this reason, it is necessary for the KPU as the organizer to provide outreach in the form of political education to millennial voters.

Copyright © 2023 JSR. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil evaluasi pemilu Tahun 2014, KPU mengelompokkan tiga jenis malpraktek yang terjadi pada pemilu 2014. Secara umum menurut Mewoh, dkk. (2014:86) terdapat tiga kategori malpraktik pemilu, yaitu; pertama, pemilu tanpa pemilu; kedua, politik uang yang diberikan kepada pemilih dan; ketiga, ditemukannya penyelenggara pemilu yang tidak berintegritas. Praktik politik uang terjadi sebagai bentuk menggunakan uang untuk memenangi pemilihan dengan membeli suara

pemilih. Suara pemilih dinilai dengan sejumlah rupiah. Dengan maraknya praktik politik uang maka orang-orang yang berhasil dipilih, mereka elite-elite politik yang akan menduduki kursi legislatif terpilih bukan berdasarkan kepercayaan pemilih namun karena uang yang berbicara. Praktik politik uang cenderung berbanding paralel dengan kekuasaan yang korup dan membangun relasi politik menjadi transaksional serta pragmatis. Politik uang pada akhirnya dapat membunuh sistem demokrasi.

Dalam rangka meningkatkan kualitas pemilu 2019, sudah selayaknya bagi penyelenggara pemilu memberikan pendidikan politik tentang bahaya politik uang kepada generasi muda. Kita tidak bisa mengesampingkan fenomena politik uang yang terjadi di Indonesia. Berdasarkan data yang di dapat dari acch.kpk.go.id pada tahun 2018 Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) telah menetapkan kasus korupsi yang terdiri atas 127 kasus penyelidikan, 126 kasus penyidikan, 101 kasus penuntunan, 75 kasus inkrah (berkekuatan hukum tetap), dan 80 kasus yang telah di eksekusi. Seharusnya melalui berita ini memberikan kesadaran kepada masyarakat terutama generasi muda akan pentingnya memilih secara rasional dan tidak terbuai dengan politik uang.

Broker Politik atau yang bisa disebut orang/kelompok orang yang mewakili kandidat untuk membagikan uang/barang, orang/kelompok ini tidak terdaftar sebagai tim sukses di Komisi Pemilihan Umum (KPU). Sekelompok orang yang banyak bermunculan ketika pemilihan umum (pemilu) dilaksanakan. Tindakan ini merupakan salah satu bentuk dari malpraktek pemilu. Broker Politik merupakan salah satu bentuk malpraktek dalam pemilu, merupakan tindakan yang dilakukan tidak berdasarkan aturan yang berlaku. Dalam hal penyelenggara pemilu, malpraktek bisa terjadi karena penyelenggara tidak mengetahui aturannya atau bisa disebabkan waktu yang sedikit, sehingga proses yang seharusnya panjang dibuat menjadisingkat. Sedangkan bagi peserta pemilu, malpraktek dilakukan untuk mendapatkan suara dari pemilih dengan tindakan-tindakan yang tidak ada dalam aturan pemilu bagi keuntungan pribadi mereka. Esensi pemilu menurut Ramlan Subakti (2014) sebenarnya sederhana, yakni kedaulatan rakyat dikelola melalui pemungutan suara, sebagai cara untuk menentukan kursi jabatan publik dalam penyelenggaraan pemerintahan negara. Dalam praktiknya, proses ini berjalan cukup rumit dan bermacam-macam, termasuk tentang bagaimana rakyat dijamin hak pilihnya, bagaimana pemungutan suara dilakukan, bagaimana suara dihitung dan ditetapkan, bagaimana suara dikonversi menjadi kursi, dan bagaimana mengelola konflik selama proses ini berlangsung. Dalam tahap pewujudan kedaulatan rakyat terdapat sejumlah aspek yang menentukan karakter dan kualitas sebuah pemilu, termasuk pendataan warga negara untuk menjadi pemilih, proses penjaminan hak para pemilih untuk dapat menggunakan hak pilihnya secara baik, pembentukan badan penyelenggara pemilu, penyiapan peraturan pelaksanaan pemilu, dan sebagainya.

Sehingga dari hal ini bisa menimbulkan malpraktek pemilu, Sarah Birch dalam penelitian yang dilakukannya mengklarifikasikan malpraktik pemilu menjadi tiga jenis, yakni: manipulasi terhadap peraturan perundang-undangan pemilu (*manipulation of election legal framework*), manipulasi pilihan pemilih yang bertujuan untuk mengarahkan atau mengubah pilihan pemilih dengan cara-cara yang manipulatif (*manipulation of vote choices*), terakhir manipulasi terhadap proses pemungutan dan penghitungan suara hingga pemilu berakhir (*manipulation of electoral*

administration) (Surbakti dkk., 2014). Sedangkan malpraktek yang dilakukan oleh peserta pemilu pada tahapan masa kampanye berupa manipulasi pilihan pemilih yang bertujuan untuk mengarahkan atau mengubah pilihan pemilih dengan cara-cara yang manipulatif.

Di Indonesia sering dilakukan dengan cara *vote buying* dan dilakukan oleh kelompok Broker Politik. Semenjak bergulirnya masa reformasi di Indonesia, maka terjadi perubahan di beberapa sistem politik dan birokrasi. Tak ketinggalan pada system pemilu di Indonesia. Dari Tahun 2004, sistem pemilu Indonesia yang awalnya proposional tertutup menjadi proporsional daftar terbuka. Sistem proporsional terbuka ini memberikan peluang bagi siapa saja untuk ikut berpartisipasi menjadi wakil rakyat di parlemen. Sistem proporsional terbuka sebenarnya lebih demokratis karena dengan sistem ini memberikan peluang bagi setiap orang untuk mendapatkan hak pilihnya. Namun, ketika sistem ini diterapkan menjadikan praktek politik uang yang masif. Sistem proporsional terbuka dilakukan dengan pemilih bisa langsung memilih calon, sehingga suara yang didapat langsung didistribusikan kepada calon tersebut. Banyak dari calon- calon ini yang inginmendapatkan suara secara instan, sehingga mereka melakukan pembelian suara kepada pemilih. Susan Stokes (dalam Aspinall, 2014:547) dalam buku magisterial yang ditulisnya, semenjak abad ke-19 di Inggris, menjelaskan bahwa Broker Politik ini memilikisistem parasit dan saling mengkhianatiantara mereka. Kandidat tidak memiliki pilihan lain selainbergantung pada broker lokal yang memang dekat dengan pemilih di daerah pilihan tersebut.

Salah satu hal yang bisa dilakukan adalah dengan memberikan Pendidikan politik bagi pemilih. Tentu bukanlah hal mudah dalam mempengaruhi atau memberikan pemahaman politik terhadap masyarakat (rakyat). Ada beberapa faktor dominan yang dapat mempengaruhi pemahaman politik masyarakat, yaitu faktor pendidikan, factor lingkungan, faktor jenis kelamin, faktor keturunan sampai faktor mata pencarian. Jika salah satu dari kelima faktor tesebut dapat berperan aktif dalam masyarakat, maka akan mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap politik. Dari segi budaya politik juga memiliki peran besar dalam pemahaman masyarakat terhadap politik, yaitu seperti dikemukakan oleh Almond & Verba (1990:21) yang mengatakan bahwa budaya politik adalah sikap orientasi warga negara terhadap system politik dan aneka ragam bagiannya, dan sikap terhadap peranan warga negara didalam sistem itu. Sedangkan menurut Mas'ood & MacAndrew (1986:41) mengatakan budaya politik adalah sikap dan orientasi warga suatu negara terhadap kehidupan pemerintahan negara dan politiknya (Rahman, 2014:45). Salah satu kelompok pemilih yang penting untuk diberikendidikan politik adalah pemilih milenial1.

Menurut Komisioner KPU Pramono Ubaid Tanthowi yang dikutip dari berita republika.go.id menyebut pemilih milenial menjadi penentu siapa pemimpin kedepannyadan ke mana arah bangsa akan dibangun. Pramono menyebut pemilih milenial ini menurut data KPU, jumlahnya mencapai 70-80 juta dari sekitar 193 juta pemilih. Artinya mencapai 35-40 persen yang memiliki pengaruh besar terhadap hasil pemilu. Dengan adanya dukungan dari pemilih milenial dan memilih secara rasional, maka legitimasi pemerintan dari hasil pemilu 2019 akan menjadi lebih baik dan kuat. Melalui tulisan ini, penulis ingin memberikan penjabaran tentang manfaat pendidikan politik bagi pemilih milenial dalam memahami bahaya Broker Politik. Tujuan penulisan ini adalah agar pemilih milenial memahami tentang bahaya dari politik uang, sehingga dengan adanya pemahaman yang mereka miliki maka mereka sadar

untuk memilih, serta tujuan dari memilih karena memilih dengan tepat akan menjamin masa depan rakyat Indonesia untuk 5 tahun ke depan. Dengan adanya pendidikan politik, pemilih milenial ini bisa menunjukkan partisipasi yang baik dalam pemilu, bukan sekedar seremoni saja namun memahami tujuan dari pemilu tersebut.

METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode studi kepustakaan. Dalam setiap penelitian studi kepustakaan sangat diperlukan, namun dalam studi lapangan riset kepustakaan hanya digunakan sebagai langkah awal untuk menyiapkan penelitian. Sedangkan dalam studi pustaka, penelusuran pustaka lebih kepada pemanfaatan sumber perpustakaan untuk memperoleh data untuk penelitian. Tegasnya studi pustaka membatasi kegiatannya hanya pada bahan-bahan koleksi perpustakaan saja tanpa memerlukan riset lapangan. 1 Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi millennial atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instant messaging dan media sosial seperti facebook dan twitter, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming (Lyons, 2004). Lebih lanjut (Lyons, 2004) mengungkapkan ciri-ciri dari generasi Y adalah: karakteristik masing-masing individu berbeda, tergantung dimana ia dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarganya, pola komunikasinya sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya, memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan (Putra, 2016:125).

Ada tiga alasan kenapa peneliti menggunakan studi pustaka dalam risetnya. Pertama, karena persoalan penelitian tersebut hanya bisa dijawab lewat penelitian pustaka dan sebaliknya tidak mungkin mengharap riset lapangan. Kedua, studi pustaka diperlukan sebagai salah satu tahap tersendiri, yaitu studi pendahuluan untuk memahami lebih dalam gejala baru yang tengah berkembang di lapangan atau dalam masyarakat. Ketiga, data pustaka menjadi pilihan yang penting untuk menjawab persoalan penelitian. Dari data empirik atau informasi yang telah dikumpulkan orang lain, baik berupa laporan hasil penelitian, atau laporan-laporan resmi, buku-buku yang tersimpan di perpustakaan tetap dapat dipergunakan oleh periset kepustakaan. Dalam kasus tertentu data lapangan diperkirakan tidak cukup signifikan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang akan dilakukan (Zed, 2004:2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Broker Politik Istilah politik uang telah secara luas digunakan untuk menggambarkan praktik-praktik pembagian uang kepada pemilih oleh kandidat, memberikan barang serta menyuap para pejabat penyelenggara pemilu, hal ini telah berlangsung sejak demokratisasi di Indonesia bermula pada akhir 1990-an. Di awal reformasi, orang seringkali menggambarkan praktik uang di kalangan lembaga legislatif sebagai salah satu bentuk praktik politik uang. Istilah yang sama juga digunakan untuk menggambarkan praktik pembelian suara dalam konteks kongres partai politik, maupun praktik korupsi politik yang lebih bersifat umum seperti keterlibatan anggota

lembaga legislatif dalam penggelapan uang dari proyek pemerintah (Rusta, 2015:3). Setiap bentuk korupsi dalam proses pemilihan selalu diidentikan dengan politik uang. Hal tersebut menurut Daniel Bumke, karena selamaini tidak ada definisi yang jelas. Politik uang digunakan untuk menerangkan semua jenis praktek dan perilaku korupsi dalam pemilu. Mulai dari korupsi politik hingga klientelisme dan dari membeli suara (*vote buying*) hingga kecurangan. Bumke secara umum mengkategorikan politik uang dalam tiga dimensi yaitu, *vote buying*, broker politik, dan korupsi politik. *Vote buying* merupakan pertukaran barang, jasa, atau uang dengan suara dalam pemilihan umum dan orang yang mewakili kandidat/party untuk membeli suara adalah Broker Politik. Sedangkan korupsi politik adalah segala bentuk suap kepada politisi dalam rangka mendapatkan kebijakan yang menguntungkan atau keuntungan lainnya (Irawan dkk., 2014:77). Menurut Syarif Hidayat praktek politik uang dimulai dari proses nominasi kandidat, selama masa kampanye, hingga hari H pemilihan ketika suara dihitung.

Ada dua jenis politik uang. Pertama, secara langsung dengan memberikan uang kepada pemilih. Kedua, secara tidak langsung dengan memberikan berbagai barang yang memiliki nilai guna dan nilai tukar yang tinggi. Walau belum ada definisi yang jelas berkaitan dengan politik uang. Tapi setidaknya ada empat hal penting yang harus diperhatikan berkaitan dengan politik uang. Pertama, *vote buying* atau membeli suara. Kedua, Broker Politik atau orang/kelompok orang yang mewakili kandidat untuk membagikan uang/barang. Ketiga, uang atau barang yang akan dipertukarkan dengan suara. Keempat, pemilih dan penyelenggara pemilihan yang menjadi sasaran politik uang (Irawan, dkk., 2014:78). Proses barter uang atau barang dengan pemilih/penyelenggara biasanya tidak melibatkan kandidat secara langsung. Selain mudah diketahui oleh lawan politik, risikonya tinggi seperti dianulir sebagai peserta pemilihan. Karena itu, kandidat membentuk tim yang berperan dalam menentukan strategi pemenangan termasuk didalamnya melakukan politik uang sebagai bagian dari strategi untuk memenangkan persaingan. Perseorangan atau kelompok orang yang berperan untuk mewakili kandidat

dalam membagikan uang atau barang dalam rangka mempengaruhi pemilih dan penyelenggara sering disebut sebagai Broker Politik. Broker Politik biasanya merupakan bagian dari tim sukses. Tapi umumnya mereka tidak tercatat sebagai tim formal yang dilaporkan kepada komisi pemilihan umum (KPU) (Irawan, dkk., 2014:81).

Edward Aspinall, membedakan tipologi broker yang dibedakan atas dasar motivasi mereka untuk bekerja dengan kandidat. Aktivist Broker, yaitu kesetiaan yang dimiliki seseorang sehingga memotivasinya bekerja secara independent dan terhindar dari patronase. *Clientelist brokers and opportunist brokers*, mereka yang bekerja atas dasar motivasi untuk mendapatkan keuntungan materi. *Clientelist brokers* lebih kepada membangun hubungan jangka panjang dengan kandidat, sedangkan *opportunist brokers* lebih tertarik untuk segera mendapatkan hasil. Kemudian ketiga sejauh mana predasi dan pembelotan terjadi oleh broker tersebut.

Edward Aspinall membagi beberapa bentuk politik uang dan patronase yakni (1) pembelian suara (*vote buying*) dimaknai sebagai distribusi pembayaran uang tunai/barang dari kandidat kepada pemilih secara sistematis beberapa hari menjelang pemilu yang disertai dengan harapan yang implisit bahwa para penerima akan membalasnya dengan memberikan suaranya bagi si pemberi. (2) pemberian-pemberian pribadi (*individual gifts*) pemberian dilakukan biasanya pada saat kandidat

bertemu dengan pemilih, baik ketika melakukan kunjungan ke rumah-rumah atau pada saat kampanye. (3) pelayanan dan aktivitas (*services and activities*) seperti pemberian uang tunai dan materi lainnya, kandidat seringkali menyediakan atau membiayai beragam aktivitas dan pelayanan untuk pemilih. (4) barang-barang kelompok (*club goods*) praktik yang diberikan lebih untuk keuntungan bersama bagi kelompok social tertentu ketimbang bagi keuntungan individual. (5) proyek-proyek gentong babi (*pork barrel projects*) proyek-proyek pemerintah yang ditujukan untuk wilayah geografis tertentu dengan tujuan kepada publik dan didanai dengandana publik dengan harapan publik akan memberikan dukungan politik kepada kandidat tertentu. (Andri Rusta, 2015:3) Edukasi Politik Untuk Pemilih Milenial Pada Pemahaman Bahayanya Broker Politik Banyak pemilih yang tidak memahami akan bahaya politik uang. Ini terjadi karena politik uang dilakukan secara masif dan tanpa disadari. Ketika suatu daerah akan melakukan acara dan mendapatkansponsor dari mereka yang mencalonkan diri, ini merupakan salah satu bentuk politik uang. Sebagai salah satu lembaga penyelenggara pemilu, KPU memiliki kewajiban untuk memberikan pendidikan politik bagi pemilih, terutama pemilih milenial yang mencapai angka 40% dari total jumlah pemilih di Indonesia.

Setiap akan diadakan pemilu, KPU akan selalu gencar melakukan sosialisasipendidikan politik, program terbaru dari KPU dalam menyambut pemilu 2019, KPU memiliki kegiatan sosialisasi berupa KPU Goes to school, KPU Goes to Campus, serta adanya kursus kepemiluan. Sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Provinsi Sumatera Barat tentang KPU goes to campus lebih ditekankan kepada pengenalan terhadap wakil-wakil calon legislatif yang mencalonkan diri untuk ikut pemilu Tahun 2019. Inti dari sosialisasi yang dilakukan oleh Bapak Viryan Aziz adalah agar mahasiswa sadar dengan adanya pemilu 2019 merupakan salah satu cara mewujudkan cita-cita pendiri bangsa. Mahasiswa yang hadir pada acara ini berlangsung tergolong pemilih milineal, mereka diingatkan untuk menjadi pemilih yang cerdas dan berkualitas. Sebagai mahasiswa yang berpikir dan memiliki intelektual dan paham dengan teknologi saat ini, agar mereka memilih secara rasional, jangan lagi mau memilih karena dibayar. Disamping itu dalam sosialisasi ini juga dijelaskan tentang jumlah kursi dan dapil pada pemilu 2019 sebanyak 20.258 kursi dengan 2.592 dapil, menjelaskan contoh Surat Suara yang digunakan. Disamping itu pemilih milenial ini juga diingatkan apa mereka sudah terdaftar di daftar pemilih tetap, agar mereka bisa memilih pada hari-H pencoblosan. Kegiatan KPU Goes to Campus juga dilakukan di Universitas Hasanuddin Makassar, kegiatan ini diikuti oleh mahasiswa dan mahasiswi Unhas dimana tema yang diangkat adalah pemilih muda berdaulat negara kuat. Bahasan sosialisasi yang disampaikan oleh Ketua KPU Provinsi Sulawesi Selatan, Misnah M Attas, lebih menekankan pada apa itu pemilu, asas pemilu, penyelenggaranya, termasuk sosialisasi pemilu serentak 2019 memilih Anggota DPR, Anggota DPRD Provinsi, Anggota DPRD Kab/Kota, Anggota DPD, Presiden dan Wakil Presiden. Salah satu hal penting disampaikan adalah agar mahasiswa tidak terlibat pada kegiatan yang melanggar aturan pemilu dan mahasiswa sebagai manusia intelektual harus ikut melakukan pengawasan secara mandiri, sehingga bisa dipastikan pemilu ini berjalan dengan baik. Disamping itu sebagai pemilih, mahasiswa haruslah menyadari untuk tidak mudah terpengaruh dengan kampanye hitam, intimidasi, politik uang, pemalsuandokumen, penggunaan fasilitas negara dan kampanye diluar jadwal. Sedangkan untuk KPU goes to school, kegiatan ini dilakukan oleh KPU Kabupaten Badung dengan dihadiri lebih dari 150 orang siswa

siwsi SMK PGRI 2 Badung. Dalam sosialisasi ini disampaikan beberapa materi seperti pemahaman tentang Pemilu dan Jenis Pemilu, serta pentingnya menggunakan hak pilih dan menjadi penyelenggara yang berintegritas. Kemudian KPU Provinsi Kalimantan Selatan juga melaksanakan KPU goes to school ke Sekolah SMAN 7 Banjarmasin. Inti dari sosialisasi yang dilakukan ini adalah pentingnya partisipasi pemilih dalam pemilihan umum. Komisioner KPU Provinsi Kalimantan Selatan, memberikan arahan pada pemilih pemula untuk tidak tergoda dengan iming-iming uang dari pasangan calon. Pemilih harus menjadi pemilih yang cerdas agar kualitas pemilu terus ada. Bentuk sosialisasi lainnya yang dilakukan oleh KPU adalah kursus kepemiluan. Pentingnya kesadaran untuk berpartisipasi oleh masyarakat dalam pemilu, KPU Kota Bukit Tinggi menyelenggarakan program pendidikan pemilih dalam bentuk kursus pemilu. Dalam lima hari ini KPU Kota Bukittinggi menyampaikan tentang pemilu, tahapan pemilu, penyelenggara pemilu, serta politik uang. Ketua KPU Kota Bukit Tinggi menyampaikan bahwa kursus pemilu adalah cara lembaganya mensosialisasikan segala hal tentang kepemiluan kepada masyarakat.

Menurutnya, KPU juga butuh dukungan masyarakat untuk menyampaikan informasi kepemiluan kepada masyarakat lain yang ada dilingkungannya. Salah satu hal yang paling ditekankan pada sosialisasi pemilu adalah bagaimana mengajak peserta menjauhi politik uang (money politic) dalam pemilu. Dari paparan diatas, apa yang dilakukan oleh KPU sesuai dengan penjelasan dari Rush & Althoff (2008:25), mereka menjelaskan tentang sosialisasi politik merupakan proses untuk memperkenalkan sistem politik kepada seseorang atau sekelompok orang. Dari sosialisasi yang dilakukan maka akan memunculkan sikap mereka terhadap isu-isu politik yang ada. Mereka mampu memberikan tanggapan terhadap isu-isu yang ada, sehingga bisa membedakan mana yang benar dan salah dari sebuah informasi. Dalam model yang diberikan oleh Michael Rush dan Phillip Althoff, organisasi pemerintah atau disini kita lihat peran dari KPU. KPU merupakan agen pemberi informasi bagi pemilih pemula. Proses sosialisasi tersebut akan sangat berarti bila diberikan pada umur sedini mungkin. Ini dilakukan agar proses tersebut berjalan terus. Sosialisasi merupakan kegiatan yang terus berkesinambungan, dilakukan seumur hidup dari masa anak-anak, remaja dan dewasa.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU pada pemilih milenial hanya dilakukan ketika pemilu akan berlangsung. Materi yang disusun oleh KPU lebih banyak menjabarkan tentang masalah teknis dari pemilu, kemudian baru unsur dari politik uang diberikan. Akan tetapi, dalam memberikan materi tentang politik uang KPU tidak memiliki bahan atau modul, sehingga pemilih pemula hanya tahu tentang menghindar kalau ada orang yang ingin memberikan uang dan coblos kandidat mereka. KPU tidak menjabarkan tentang bentuk dari politik uang dan bagaimana sistem itu bekerja.

Padahal menurut Edward Aspinall, pada pemilu Tahun 2014 politik uang sangat menyebar di Indonesia, ini disebabkan adanya peran makelar atau Broker Politik dalam pemilihan umum. Dalam artikel *When Brokers Betray: Clientelism, Social Networks, and Electoral Politics in Indonesia* kandidat membentuk "tim sukses" untuk mengorganisir para makelar dan memobilisasi para pemilih. Ada tiga jenis makelar ini

yaitu (1) Activist makelar, yang mendukung para kandidat berdasarkan pada politik, etnis, agama, atau komitmen lain: (2) Client makelar, yang menginginkan hubungan jangka panjang dengan kandidat atau dengan makelar-makelaryang terdahulu, dengan tujuan untuk mendapatkan imbalan dimasa depan: (3) Opportunis makelar, mereka yang mencari pendapatan material jangka pendek pada saat masa kampanye.

Kemudian berdasarkan data yang didapat oleh Koordinator Jaringan Pendidikan Pemilih untuk Rakyat (JPPR) sebagaimana dikutip dari merdeka.com, ada beberapa modus yang terjadi dalam praktek Broker Politik yaitu pelaku membeli surat undangan pemilih yang telah datang ke tempat pemungutan suara (TPS), dengan begitu, maka pemilih yang ada dalam DPT tentu harus merelakan hak suaranya dibeli orang lain. Modus ini dinilai bertujuan untuk mencegah pemilih memberikan suara kepada lawan politik. Pemilih digiring dan menyerahkan suaranya kepada caleg yang mengordernya melalui broker tersebut. Praktik ke-dua yang dilakukan yaitu oknum yang mencoba menggiring pemilih ke TPS tertentu yang sudah dikondisikan. TPS tersebuttelah dipersiapkan sedemikian rupa untuk memenangkan salah satu pihak baik individu caleg ataupun partai, yang ketiga, adanya praktik kongkalikong antara oknum, broker, atau caleg dengan Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS), Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) atau Panitia Pemungutan Suara (PPS).

Tujuannya adalah bekerja sama memanipulasi hasil penghitungan suara. Apa yang terjadi dilapangan dan apa yang telah ditemukan oleh Edward Aspinall seharusnya menjadi bahan bagi KPU untuk memberikan pengetahuan lebih kepada pemilih pemula. Tanpa adanya pengetahuan yang jelas maka pemilih pemula tetap akan merasa bingung, karena kurangnya informasi yang didapat. Untuk itu, kedepannya KPU bisa menyiapkan bahan sosialisasi yang berpatokan pada pengalaman yang terjadi pada pemilu sebelumnya, juga memasukkan materi berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh akademisi.

DAFTAR PUSTAKA

Andri, R. (2015). *Money Politics Dan Integritas Masyarakat Dalam Pemilihan Umum*. PAHMI 9th International Conference Yogyakarta State University.

Aspinall, E. (2014). When brokers betray: Clientelism, social networks, and electoral politics in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 46(4), 545-570.

<https://acch.kpk.go.id/id/statistik/tindak-pidana-korupsi>

<https://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/18/09/06/pelltj377-jppr-pemilih-milenial-kunci-pemilu-2019-berkualitas>

<https://www.merdeka.com/politik/ini-modus-modus-makelar-jual-beli-suara-dalam-pemilu.html>

<https://kpu-badungkab.go.id/baca-berita/642/Program-iGoesToSchool-KPUBadung-Pertama-Ke-SMK-PGRI-2-Badung.html>

<https://kota-bukittinggi.kpu.go.id/2018/11/21/dari-ngarai-sianok-kpu-bukittinggi-cetak-masyarakat-sadar-memilih/>

<https://kota-bukittinggi.kpu.go.id/2018/10/26/perdalam-pengetahuan-untuk-jadi-pemilih-muda-cerdas/>

<https://kalsel.kpu.go.id/berita/kpu-goes-to-school.html>

<https://kota-bukittinggi.kpu.go.id/2018/10/12/generasi-muda-agen-pemilih-cerdas/>

Irawan, A., Dahlan, A., Fariz, D., & Putri, A. G. (2014). *Panduan pemantauan korupsi pemilu*. Indonesia Corruption Watch (ICW).

Mestika, Z. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Mewoh, A. R. M. (2015). *Pemilu Dalam Perspektif Penyelenggara*. Jakarta: Perludem.

Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9 (18), 123-134.

Rush, M., & Althoff, P. (2008). *Sosiologi Politik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Subakti, R. (2014). *Integritas Pemilu 2014*. Jakarta: Kemitraan.