

## **ALTERNATIF MEDIA PENDIDIKAN POLITIK DALAM RANGKA MEMBANGUN PARTISIPASI POLITIK PEMUDA TANI**

*(Political Socialization Media Option for Increasing Farmer Youth Political Participation)*

**\*DEA CHRISTINA JIS, STP, MAP, MAGR.SC<sup>1</sup>**  
**PEININA IREINE NINDASTU, SP, M.Si<sup>2</sup>**  
**Dr. Ir. DJUARA P. LUBIS, MS<sup>3</sup>**

1. PPMKP Ciawi - Kementerian Pertanian
2. Program Studi Agribisnis, Sekolah Tinggi Pertanian Kewirausahaan Banau Halmahera
3. Program Studi Komunikasi Pembangunan dan Pedesaan– Institut Pertanian Bogor

\*email : [dey.soebrata@gmail.com](mailto:dey.soebrata@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This article discuss a strategy to increase farmer youth political participation through their involvement in some organization, such as community-based organization; farmer mass organization; and activity-based organization. However, it is believe another strategy that have not been used optimally for the purpose of gaining farmer youth political awareness and participation. It is the new media, which acknowledged as online/ social media. This media is usually used by farmer limited for their farming activities, either searching cultivation or market information. Whereas, this media has a lot of advantage that the conventional methods have not, such as its ability to reach people farther, short the time, and deal with socio-cultural lack in the community. Based on literature study, this media actually has a significant role in developing awareness and political participation of the youth, especially urban or metropolis youth. However, is it also influence the political behaviour of urban or farmer youth?*

*Keywords: Farmer Youth, Political Participation, Political Socialization Media*

### **PENDAHULUAN**

Masa depan suatu Bangsa sangat ditentukan oleh generasi mudanya, karena generasi muda adalah penerus dan pewaris Bangsa. Dengan demikian, setiap pemuda merupakan elemen penting dalam mewujudkan cita-cita Bangsa dan juga mempertahankan kedaulatan Bangsa. Pentingnya peran generasi muda dalam kemajuan Bangsa dan Negara diutarakan dalam pidato Presiden Soekarno yang sangat terkenal yang mengatakan “*Beri aku sepuluh pemuda maka akan ku guncangkan dunia*”.

Mengacu pada hal tersebut, maka generasi muda sebaiknya mempunyai karakter yang kuat, memiliki kepribadian yang baik,

semangat dan sikap nasionalisme, serta memiliki kepekaan terhadap permasalahan Bangsa dan Negeranya. Pemuda juga harus memahami bahwa mereka memiliki peran sebagai *agent of change, moral force, iron stock* dan *social control*.<sup>1</sup> Untuk itu, peran generasi muda di segala dimensi pembangunan perlu ditingkatkan, salah satunya dalam berpartisipasi politik.

Pentingnya generasi muda berpartisipasi dalam politik, tergambarkan dalam sejarah pergerakan dan perjuangan Bangsa Indonesia.

---

<sup>1</sup> PWK Institut Teknologi Sepuluh Nopember. 2010. Peran dan Fungsi Mahasiswa. Hlm. 1

Pemuda selalu mempunyai peran yang sangat strategis di setiap peristiwa penting yang terjadi, baik itu saat terjadinya kebangkitan nasional yaitu ketika berdirinya organisasi Budi Utomo (1908), sumpah pemuda (1928), revolusi kemerdekaan (1945), runtuhnya rezim orde lama (1966), sampai dengan berakhirnya rezim otoritarian Presiden Soeharto (1998), pemuda selalu menjadi tulang punggung bagi setiap pergerakan perubahan (Wanma, 2015).

Namun demikian, hasil survei yang dilakukan Lembaga Survei Indonesia (LSI) mengatakan bahwa terjadi penurunan ketertarikan generasi muda terhadap politik. Tahun 2012 hanya sekitar 21 persen pemuda tertarik kepada politik.<sup>2</sup> Alasan yang paling utama adalah mengenai citra politik itu sendiri. Hal ini juga didukung oleh sumber lain yang mengatakan pemuda saat ini menjadi kurang peka dan menyadari pentingnya berpartisipasi dalam politik. Harian Kompas (18/11/12) menyatakan bahwa hanya 20 persen dari pemuda yang menganggap kepentingan nasional sebagai salah satu agenda mereka, namun 63 persennya hanya berorientasi pada kepentingan sendiri. Permasalahan menurunnya kualitas serta kuantitas partisipasi politik generasi muda sekarang ini menjadi indikasi kuat belum mendalamnya pemahaman generasi muda mengenai pentingnya hak politik yang dipunyai serta sempitnya pemahaman mengenai ruang aktivitas politik. Ini merupakan permasalahan serius. Jika persoalan mengenai rendahnya kesadaran berpartisipasi politik tidak segera diatasi, maka persoalan ini dapat dianggap sebagai antitesis terhadap cita-cita reformasi untuk menyelenggarakan kekuasaan negara bagi kepentingan rakyat.

Terlebih saat kita fokus terhadap pemuda tani. Yang mungkin keberadaannya seringkali terabaikan karena kebijakan pertanian yang belum sepenuhnya berpihak kepada petani. Seperti yang Prabowo Subianto ungkapkan dalam bukunya, "Membangun Kembali Indonesia Raya, Haluan Baru Menuju Kemakmuran" (2009) bahwa sektor pertanian dalam arti luas termasuk perikanan, kehutanan, serta dalam suatu sistem terintegrasi dari hulu ke hilir, masih belum menjadi platform utama pembangunan ekonomi nasional. Bahkan cenderung terabaikan walaupun posisi dan peranan sektor ini sangat strategis juga mendasar. Problem yang dihadapi petani pun kian kompleks dan multi dimensional. Perebutan tanah sebagai lahan pertanian, mulai bergeser pada kepentingan pembangunan. Petani dihadapkan dengan pemerintah yang bekerjasama dengan para pemodal besar. Hal ini yang mendorong terjadi gerakan-gerakan perlawanan dan sosial petani di beberapa daerah. Saat ini pun, masa-masa yang disebut sebagai jaman penuh pengharapan bagi sektor pertanian, kenyataannya kebijakan terhadap petani tidak pernah jelas dan cenderung membuat posisi petani semakin sulit. Dari kondisi tersebut, peran pemuda tani dalam mengamati dan mengarahkan kebijakan pemerintah dapat menjadi sangat mungkin jika mereka sadar berpartisipasi politik.

Tentunya belajar dari pengalaman masa lalu, partisipasi politik pemuda tani tidak lepas dari usaha pendidikan politik yang membuat pemuda tani melek terhadap peran strategis mereka terhadap pembangunan dan politik. Jika sejarah memperlihatkan bagaimana pemuda yang tergabung dalam organisasi pemuda Budi Utomo terdorong untuk menyuarakan aspirasi mereka, saat ini bermunculan berbagai saluran komunikasi politik yang dapat memfasilitasi pendidikan politik bagi

---

<sup>2</sup> <http://www.merdeka.com/politik/>

para pemuda tani, baik itu melalui forum komunikasi kelompok komunitas, organisasi politik/ massa petani, organisasi atas hasil program pemerintah seperti ikatan silaturahmi ikatan alumni-orientasi magang Jepang, dan lain sebagainya. Akan tetapi tetap saja hanya sebagian pemuda tani yang ikut berpartisipasi.

Dalam rangka menarik perhatian para generasi muda yang cenderung apatis terhadap kondisi pembangunan dan politik, baru-baru ini mulai dikenal penggunaan media sosial sebagai saluran komunikasi politik. Bukan hanya di Indonesia, penggunaannya juga populer diluar negeri. Beberapa penelitian mulai meneliti hal tersebut, seperti Yamamoto *et al.* (2013), Kahne *et al.* (2013) meneliti fenomena tersebut di Amerika Serikat, Visser dan Stolle (2013) di Kanada, Harris *et al.* (2010) di Australia, Calenda dan Meijer (2009) di Belanda, Italia dan Spanyol, dan lainnya.

Penggunaan media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik di Indonesia, walaupun masih menjadi perdebatan, namun juga telah dibahas oleh beberapa peneliti seperti Mudjianto (2014); Cempaka (2014); Wijayanto (2010); Putra (2011); dan lain sebagainya, sehingga pemanfaatannya dapat lebih dioptimalkan. Didukung dengan hasil riset kerjasama antara Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dengan pihak Pusat Kajian Komunikasi (PusKaKom) FISIP Universitas Indonesia terkait jumlah pengguna dan penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2014 kemarin, yang menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai angka 88,1 juta. Jika disesuaikan dengan jumlah populasi penduduk Indonesia yang menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) mencapai 252,5 juta jiwa, maka pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan 16,2

juta jiwa dari total 71,9 juta pengguna di tahun 2013 lalu.

Begitupun data dari lembaga riset pasar *e-Marketer* yang menyebutkan bahwa Indonesia saat ini menempati peringkat enam dunia dalam hal jumlah pengguna internet. *E-Marketer* memprediksi, angka ini akan terus naik sehingga berturut-turut pada tahun 2015 terdapat 93,4 juta pengguna, tahun 2016 terdapat 102,8 juta pengguna, tahun 2017 terdapat 112,6 juta pengguna dan tahun 2018 terdapat 123 juta. Lebih lanjut APJII menjelaskan bahwa di tahun 2014 akses internet melalui *smartphone mobile* mencapai 85%, sedangkan di tahun 2013 lalu baru mencapai 65%. Melihat data tersebut, terbukalah suatu potensi yang sebetulnya dapat digali dari kecenderungan peningkatan penggunaan internet berbasis *smartphone* tersebut.

Tendensi hasil yang positif dari penggunaan internet berbasis *smartphone* disebabkan oleh karakteristik generasi muda saat ini yang menjadi target dari program tersebut. Karakteristik mereka masuk dalam kategori generasi Z, maka pendekatan teknologi dan internet lebih sesuai dengan karakteristik generasi Z seperti yang dijelaskan oleh Milrad *et al.* dalam Naidu (2003). Milrad menjelaskan bahwa kelimpahan dan keleluasaan akses informasi yang dipicu oleh jaringan internet membentuk generasi Z sebagai generasi yang lebih cepat dalam memproses informasi.

Akan tetapi sayangnya, hampir semua penelitian mengenai partisipasi politik dengan media sosial ini berfokus terhadap para pemuda/ mahasiswa yang tinggal di metropolis atau daerah perkotaan. Belum ditemukan penelitian yang membahas bagaimana jika hal tersebut diterapkan pada para pemuda tani untuk lebih meningkatkan partisipasi mereka dalam pembangunan

dan politik. Apakah memang penggunaan media sosial di kalangan para pemuda tani dapat menjadi substitusi atau hanya komplementer bagi saluran komunikasi politik berbasis forum komunikasi kelompok komunitas atau organisasi massa, hal itulah yang akan coba dibahas dalam artikel ini. Melalui pendekatan studi literatur, mencoba menguak perkembangan saluran komunikasi politik sebagai sarana pendidikan politik yang sudah dan dapat dikembangkan di pedesaan.

### **Pentingnya Pendidikan Politik**

Pendidikan politik dalam bahasa Inggris sering disamakan dengan istilah *political socialization*. Istilah *political socialization* secara harfiah bahasa Indonesia bermakna sosialisasi politik. Oleh karena itu, banyak yang mensinonimkan istilah pendidikan politik dengan istilah sosialisasi politik, karena keduanya memiliki makna yang hampir sama. Pendidikan politik merupakan istilah yang sering digunakan oleh para praktisi pemberdayaan masyarakat untuk menggambarkan setiap proses yang dilakukan dalam kerangka meningkatkan kesadaran sosial masyarakat terhadap dinamika politik yang terjadi.

Gabriel Almond dalam Andrews dan Mas'ood (1986) menjelaskan pengertian pendidikan politik, yakni bagian dari sosialisasi politik yang khusus membentuk nilai-nilai politik, yang menunjukkan bagaimana seharusnya masing-masing masyarakat berpartisipasi dalam sistem politiknya. Pengertian lain yang diutarakan oleh Almond and Verba (1963), juga Gimpel, *et al.* (2003) yang menyatakan bahwa pendidikan politik merupakan proses transmisi budaya politik kepada warga masyarakat. Hal ini sejalan dengan pemahaman Kantaprawira

(2004:55) yang mengartikan pendidikan politik sebagai "upaya untuk meningkatkan pengetahuan politik rakyat dan agar mereka dapat berpartisipasi secara maksimal dalam sistem politiknya." Berdasarkan pendapat tersebut, maka pendidikan politik tentunya perlu dilaksanakan secara berkesinambungan agar masyarakat dapat terus meningkatkan pemahamannya terhadap dunia politik yang selalu mengalami perkembangan. Adapun bentuk pendidikan politik, dilanjutkan oleh Kantaprawira dapat berupa:

1. Bahan-bahan bacaan seperti surat kabar/ koran, majalah, pamflet, brosur dan lain-lain.
2. Media audio-visual seperti siaran radio dan televisi serta film. Media sosial dapat dikategorikan kedalam bentuk ini ataupun bentuk yang pertama jika tidak memiliki fasilitas audio.
3. Lembaga/organisasi atau asosiasi dalam masyarakat seperti masjid atau gereja tempat menyampaikan khotbah, dan juga organisasi formal ataupun informal lainnya, seperti karang taruna dan partai politik.

Tujuan dari pendidikan politik bagi generasi muda dituangkan dalam Inpres No. 12 Tahun 1982 tentang Pendidikan Politik bagi Generasi Muda yang menyatakan bahwa tujuan pendidikan politik adalah untuk memberikan pedoman kepada generasi muda Indonesia guna meningkatkan kesadaran kehidupan berbangsa dan bernegara. Tujuan lainnya adalah untuk menciptakan generasi muda Indonesia yang sadar akan kehidupan berbangsa dan bernegara berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 sebagai salah satu usaha untuk membangun manusia Indonesia seutuhnya.

Melihat tujuan pendidikan politik yang tercantum dalam Inpres tersebut,

maka penting sekali generasi muda mendapatkan akses terhadap saluran komunikasi politik sebagai sarana pendidikan politiknya. Pendidikan politik ini lah yang akan meningkatkan partisipasi politik para generasi muda. Partisipasi politik sangat penting dalam proses pembangunan negara. Hal ini karena politik adalah sistem utama dalam sebuah negara. Sehingga apabila sistem politik suatu negara kacau maka akan berpengaruh pada sistem lainnya. Dengan demikian, perlu adanya pendidikan politik kepada generasi muda sehingga dapat berperan optimal dalam menjadi aktor maupun pengamat politik demi membangun bangsa.

### Pengertian Partisipasi Politik

Dalam ilmu komunikasi politik, partisipasi diartikan sebagai upaya warga masyarakat baik secara individual maupun kelompok, untuk ikut serta dalam mempengaruhi pembentukan kebijakan publik dalam sebuah negara (Gaffar, 1998). Hal ini sejalan dengan pengertian Huntington (1990).

Dalam realitasnya, partisipasi politik masyarakat ada yang sifatnya mandiri (*autonomous*) dimana individu dalam melakukan kegiatannya atas dasar inisiatif dan keinginan sendiri. Hal ini dilandasi rasa tanggung jawabnya dalam kehidupan politik, atau karena didorong oleh keinginan untuk mewujudkan kepentingan pribadinya atau kepentingan kelompoknya. Namun tidak jarang pula partisipasi yang dilakukan bukan karena kehendak individu yang bersangkutan, akan tetapi karena diminta atau digerakan oleh orang lain atau kelompoknya. Partisipasi dalam bentuk ini adalah partisipasi yang digerakkan atau sering disebut dengan *mobilized political participation*. Istilah *Mobilized political participation* inilah yang biasanya kita lihat dalam suatu gerakan sosial.

Gerakan sosial merupakan bentuk kedinamisan politik yang menghubungkan setiap aktor dalam institusi (pemerintah) dengan aktor-aktor diluar institusi (bisa masyarakat ataupun organisasi massa/ lembaga/ dan lainnya) dan menggambarkan perilaku politik konvensional maupun modern (Meyer dan Reyes *dalam* Leicht, KT dan J.C Jenkins, 2010). Di dalam gerakan sosial inilah masyarakat pun dapat menjadi *political actor* yang menginspirasi melalui organisasi yang kemudian mempengaruhi proses pengambilan keputusan, seperti diuraikan oleh McNair (2011). Adapun bentuk-bentuk partisipasi politik lain dalam (Andrews dan Mas'ood, 1978) dikategorikan menjadi dua bagian yaitu partisipasi politik konvensional dan partisipasi non-konvensional.

Tabel 1.

Kategorisasi Partisipasi Politik

Konvensional	Non-Konvensional
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemberian suara dalam pemilu</li> <li>• Diskusi politik</li> <li>• Kampanye</li> <li>• Membentuk/ bergabung dengan kelompok kepentingan</li> <li>• Komunikasi individu dengan pejabat politik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengajuan petisi</li> <li>• Demonstrasi</li> <li>• Konfrontasi</li> <li>• Mogok</li> <li>• Tindakan kekerasan politik</li> </ul>

Sumber: Andrews dan Mas'ood (1986; 42-43).

Dari beberapa cara berpartisipasi politik, cara yang paling mudah, tetapi mendapatkan hasil yang paling efektif untuk menginisiasi dan mempengaruhi para pengambil kebijakan adalah melalui organisasi atau kelompok kepentingan. Kita tidak dapat melakukan perubahan secara individual karena kemampuan kita yang terbatas. Kita memerlukan komunitas yang

konsisten dengan perubahan tersebut. Disinilah kemudian lahir peran organisasi.

Ditambahkan oleh Milbrarth dan Goel *dalam* Ruedin (2007), yang mengategorikan partisipan politik tergantung dari intensitas aktivitas politiknya, yaitu: (a) apatis, artinya orang yang tidak berpartisipasi dan menarik diri dari aktivitas/ kegiatan politik; (b) spektator, artinya orang yang paling tidak pernah ikut memilih dalam pemilihan umum; (c) gladiator, yakni mereka yang secara aktif terlibat dalam aktivitas/ kegiatan politik, seperti menjadi aktivis partai, pekerja kampanye, dan aktivis masyarakat; dan (d) pengkritik, yaitu partisipasi dalam bentuk non-konvensional.

Adapun para pemuda tani diarahkan untuk menjadi partisipan kategori gladiator dan pengkritik yang tetap dalam kerangka aturan yang sesuai aturan perundang-undangan yang berlaku. Bukan hanya sebagai pengamat politik pasif, bahkan apatis. Pertanyaan menarik adalah bagaimana pemuda tani dimasyarakatkan kearah peranan dan orientasi politik sehingga muncul keinginan berpartisipasi politik?

Untuk membangkitkan partisipasi para pemuda tani, tentunya perlu menggunakan strategi pendekatan dalam komunikasi, dalam rangka pendidikan politik bagi mereka. Beberapa strategi tersebut adalah dengan menggunakan media komunikasi politik seperti forum komunikasi kelompok tani; organisasi massa tani; program pemerintah dalam bentuk Ikatan Silaturahmi Alumni Orientasi Magang Jepang (IKAMAJA), dan juga bentuk-bentuk komunikasi politik lainnya.

## **MEDIA DALAM MEMBANGUN PARTISIPASI POLITIK PEMUDA TANI**

### **A. Forum Komunikasi Berbasis Komunitas : Kelompok KTNA**

Untuk meningkatkan pengetahuan pemuda tani tentang politik, dan akhirnya dapat berpartisipasi dalam kegiatan politik secara maksimal, maka haruslah melalui pendidikan politik. Pendidikan politik bisa dilakukan dengan berbagai macam cara, salah satunya dengan memaksimalkan peranan forum warga baik yang berbasiskan batas administratif; maupun yang berbasis pada kelembagaan dan komunitas seperti karang taruna, kelompok pengajian, kelompok tani, dan lainnya. Semua forum warga ini bisa menjadi media efektif bagi upaya pendidikan politik pemuda tani, tergantung dari karakteristik pemuda tannya sendiri lebih cenderung berinteraksi dengan organisasi seperti apa.

Dalam hal ini penulis memilih kelompok tani sebagai media pendidikan politik yang secara umum diterima di semua wilayah yang berbasis pertanian. Namun, spesifiknya lebih kepada kelompok KTNA. Berbeda halnya dengan kelompok tani pada umumnya, KTNA adalah salah satu bentuk kelompok tani dan nelayan yang di beberapa daerah banyak diminati dan diikuti oleh pemuda tani.

Untuk meningkatkan peranan petani dalam pembangunan pertanian, khususnya dalam memecahkan berbagai masalah pembangunan terutama menyangkut permasalahannya mereka sendiri, serta untuk menyampaikan aspirasi mereka kepada pemerintah, menjadi landasan dibentuknya kontak tani-nelayan yang handal di setiap desa sebagai Kontak Tani-Nelayan Andalan (KTNA), yang kemudian membentuk Kelompok KTNA, yang dapat ditemui

di berbagai level administrasi seperti level daerah, kabupaten, provinsi dan nasional.

Sesuai dengan namanya, organisasi ini terdiri dari komunitas petani dan nelayan yang terpilih untuk mewakili daerah yang memiliki kualifikasi dalam kemampuan di bidangnya masing-masing dan mempunyai karakter pionir dan patriotis dalam pembangunan ekonomi nasional. Sebagai bagian dari kehidupan berbangsa dan bernegara, KTNA ikut bertanggung jawab dalam upaya untuk menghapuskan keterbelakangan, kemiskinan moril dan materil serta ketidakadilan terhadap kaum tani serta penduduk pedesaan pada umumnya, dengan menciptakan kegiatan-kegiatan konkrit yang dilaksanakan secara terencana, bertahap serta kesinambungan. Oleh karena itu, tidaklah berlebihan jika dikatakan organisasi ini berorientasi bukan hanya pada pengembangan sektor usaha agribisnis, tetapi juga mengembangkan kegiatan sosial dan budaya di pedesaan.<sup>3</sup>

Adapun fungsi dari dibentuknya KTNA seperti tercantum dalam salah satu AD-ART KTNA (Kabupaten Bulungan) adalah sebagai berikut:

1. Menyalurkan aspirasi masyarakat petani nelayan kepada lembaga eksekutif, legislatif dan yudikatif, serta pihak lainnya untuk kemajuan di bidang pertanian, kehutanan dan kelautan;
2. Mengkomunikasikan kebijakan dan informasi edukasi di bidang pertanian, kehutanan dan kelautan;
3. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani nelayan untuk menerapkan teknologi tepat guna dan modern dari produksi sampai pemasaran dengan memperhatikan pelestarian dan peningkatan mutu

- lingkungan;
4. Membangun Petani yang Berkarakter.

Jika kita melihat fungsi organisasi tersebut, maka pada dasarnya memang organisasi ini dapat dijadikan media/ sarana pendidikan politik bagi pemuda tani di pedesaan. Bahkan eksistensinya dalam mempengaruhi masyarakat tani dan para pengambil kebijakan tidaklah diragukan. Dalam Acara PENAS XIV di Kabupaten Malang, sebagai contoh kasus, Wakil Ketua KTNA level Nasional Lukman Zakariya, memberikan himbauan kepada petani untuk memilih Prabowo sebagai Presiden RI.<sup>4</sup> Contoh lain adalah kegiatan KTNA dalam mendatangi kantor DPRD wilayah setempat seperti diberitakan oleh salah satu situs berita yang memberitakan bahwa ada sekitar 11 orang perwakilan dari 38 Ketua Kelompok Tani Andalan (KTNA) Provinsi Jawa Timur bertatap muka menyampaikan aspirasinya terkait bidang pertanian kepada lima orang anggota Komisi B DPRD Jawa Timur.<sup>5</sup> Bahkan dalam acara rembug yang baru digelar beberapa waktu lalu (Nopember 2015) di Asrama Haji Donohudan, Solo, Jawa Tengah, KTNA berhasil mempertemukan para petani, dengan pemerintah dan sektor swasta.<sup>6</sup>

Strategi komunikasi politik dalam rangka menarik para pemuda tani untuk ikut bergabung dengan KTNA adalah secara propaganda. Propaganda itu sendiri menurut Jacques Ellul *dalam* Nimmo (1989) adalah suatu komunikasi yang digunakan oleh suatu kelompok terorganisasi yang ingin menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan-tindakan suatu massa yang terdiri atas individu-individu, di persatukan secara psikologis dan

<sup>3</sup><http://cybex.pertanian.go.id/files/>

<sup>4</sup><http://regional.kompas.com/>

<sup>5</sup><http://www.jombangkab.go.id/>

<sup>6</sup><http://m.tabloidsinartani.com/>

tergabungkan di dalam suatu kumpulan atau organisasi. Salah satu ciri dari propaganda adalah transmisi satu kepada banyak yang ditunjukkan dengan adanya kegiatan anjingsana atau kunjungan keliling untuk berinteraksi dengan anggotanya.

Ciri lainnya adalah berorientasi kelompok, yang ditunjukkan dengan penggunaan simbol-simbol kelompok KTNA, serta adanya mekanisme kontrol sosial yang ditunjukkan dengan bagaimana organisasi tersebut mengelola suatu komunitas sosial baik memotivasi maupun memprovokasi. Akan tetapi jika dilihat dari kepengurusan, sulit ditemukan KTNA memprovokasi anggotanya dalam melakukan aksi partisipasi politik non-konvensional. Hal ini dikarenakan banyak pejabat pemerintahan yang menjadi ketua organisasi KTNA di level daerah, kabupaten, maupun propinsi. Inilah yang juga dijelaskan Rwelamira (2015) sebagai suatu tantangan dalam membentuk suatu organisasi petani, karena adanya kontra kepentingan siapa yang harus didahulukan: *production-center oriented* atau *government-center oriented*. Hal inilah yang juga mempengaruhi model pendidikan politik yang dilakukan organisasi semacam ini pada anggotanya, yang lebih dilakukan secara tidak langsung dalam forum dialog/ komunikasi dan pembuatan media informasi yang tidak hanya memberikan informasi pertanian, tetapi juga situasi politik, sosial dan budaya nasional dalam sudut pandang lokal sehingga dapat dipahami oleh anggotanya.

## B. Organisasi Massa Tani

Terdapat dua jenis organisasi petani, yaitu organisasi konvensional atau tradisional dan organisasi partisipatif (Boas dan Goldey, 2005). Organisasi konvensional atau tradisional adalah organisasi yang dapat

memberikan manfaat yang terlihat, misalnya manfaat ekonomi. Hal ini dikarenakan organisasi tersebut dibentuk atau pun mendapatkan dukungan dari pemerintah. Selain itu, organisasi seperti ini memiliki struktur kelembagaan bertingkat/ hierarki dan jumlah anggota yang sangat banyak. Berbeda halnya dengan organisasi partisipatif, yang memiliki jumlah anggota yang sedikit dan lebih berfokus pada isu-isu pembangunan sosial, walaupun tidak menutup diri dari isu ekonomi yang strategis.

Dari pengertian tersebut, terlihat perbedaan antara organisasi komunitas (KTNA, Kelompok Tani, dan lainnya) dengan organisasi massa. Organisasi ini dalam persepsi petani dikenal dengan organisasi bentukan pemerintah. Kenyataannya, bukan hanya organisasi seperti ini yang dikehendaki oleh petani. Rwelamira (2015) menambahkan bahwa organisasi tani yang diharapkan petani adalah organisasi yang mampu menampung aspirasi kepentingan petani, mampu melibatkan petani dalam setiap pengambilan keputusan dan mampu memberi akses seluas-luasnya baik informasi maupun teknologi. Jadi organisasi tani yang dibutuhkan adalah yang berasal dari masyarakat petani sendiri, yang dalam proses pembentukannya melibatkan semua anggotanya mulai dari awal hingga akhir (Purwandari dkk, 2011). Dan organisasi tersebut sepertinya lebih familiar dengan organisasi massa.

Menurut Undang-Undang No. 17 Tahun 2013 tentang organisasi kemasyarakatan atau yang disebut ormas adalah organisasi yang didirikan dan dibentuk masyarakat secara sukarela berdasarkan kesamaan aspirasi, kehendak, kebutuhan, kepentingan, kegiatan, dan tujuan untuk berpartisipasi dalam pembangunan demi tercapainya tujuan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila.



Dilihat dari tujuannya, organisasi massa bertujuan untuk mengedepankan, mengakomodasikan serta memperjuangkan kepentingan massa. Karena perjuangan politik akan lebih ditanggapi massa apabila berkaitan dengan kepentingan sosial dan ekonomi mereka, maka, perjuangan organisasi massa selalu akan mengarah dan meningkat pada perjuangan politik terkait perjuangan sosial atau ekonomi yang terbendung karena dinding politik yang dikuasai oleh penguasa. Perjuangan politik yang dilakukan tentunya dalam kerangka membebaskan dirinya dari sistem penindasan yang dilakukan oleh imperialisme dan feodalisme.

Dalam kerangka organisasi massa petani, yang ingin diperjuangkan tentunya adalah kepentingan sosial-ekonomi massa petani, dengan pola keanggotaan yang luas dan berbasis petani. Saat ini sudah banyak sekali organisasi massa petani yang dibentuk, ada SPI (Serikat Petani Indonesia) (Purwanto, 2012), AGRA (Aliansi Gerakan Reforma Agraria) (Hendro HS, 2009; Pardede, 2014), SeTAM (Serikat Tani Merdeka) (Rachmawati, 2003), Serikat Paguyuban Petani Qaryah Thayyibah (SPPQT) (Purwandari dkk, 2014), dan masih banyak lagi lainnya.

Dari banyaknya organisasi massa petani yang bermunculan, satu hal yang menyatukan mereka adalah kesamaan prinsip dari organisasi massa dimana terciptanya *community organizer* (organizer dari rakyat, oleh rakyat dan untuk kepentingan rakyat). Dalam hal ini keinginan membentuk organisasi-organisasi rakyat marjinal yang mengandalkan kekuatan atau kapasitas masyarakat itu sendiri. Sehingga advokasi tidak lagi dikuasai para pakar dan profesional, akan tetapi juga petani dan nelayan menjadi bagian terpenting dari suatu aliansi advokasi.

Partisipasi politik yang dilakukan oleh organisasi massa petani adalah partisipasi politik konvensional dan partisipasi politik non-konvensional. Walaupun dalam kenyataannya, lebih banyak dilakukan dalam bentuk non-konvensional dengan menggerakkan massa yaitu petani dalam suatu demonstrasi atau aksi politik. Misalnya pada saat peringatan hari-hari besar, seperti hari pangan atau hari tani nasional. Seperti yang dilakukan oleh sejumlah SPI beberapa waktu lalu yang melakukan aksi politik di depan gedung DPRD setempat (Kanal Ponorogo, 22/9/15). Berikut adalah contoh partisipasi politik organisasi massa petani SPI yang diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2012).

Tabel 2.

## Partisipasi Politik Organisasi Petani SPI

Bentuk Kekuasaan	Aktor/ Entitas	Strategi di tk. Nasional
<i>Invisible Power</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Birokrasi dan aparaturnegara</li> <li>• Lembaga pendidikan</li> <li>• Lembaga media</li> </ul>	Merumuskan konsep alternatif tandingan, kampanye publik, diskusi publik, aksi massa
<i>Hidden Power</i>	Pengusaha, Bank Dunia, WTO, IMF, Investor asing	Kampanye media, aksi massa, bangun aliansi, seminar dan diskusi untuk mempertajam isu
<i>Visible Power</i>	Presiden, Menteri, DPR/MPR	Aksi massa, kampanye publik, lobby dan negosiasi, media alternatif, membangun aliansi

Sumber: Purwanto (2012; 126)

Contoh lain adalah demonstrasi (aksi protes dan pendudukan tanah paksa) yang hampir dilakukan oleh seluruh organisasi massa petani pada saat terjadi konflik penguasaan tanah pada masa Orde Baru (Bachriadi 2009; Fauzi dan zakaria 2002 *dalam* Sujiwo 2012; Hendro HS, 2009; Pardede, 2014; Purwanto, 2012; dan Rachmawati, 2003). Hal ini terjadi karena semrawutnya pola penguasaan tanah di Indonesia terutama sejak reformasi. Munculnya organisasi massa tani yang terlepas dari subordinasi pemerintah dan kemudian melakukan aksi protes dan pendudukan tanah sebagai respon atas ketimpangan penguasaan agraria berhasil mendorong terjadinya pembaruan agraria dan mempengaruhi kebijakan politik terkait hal tersebut.

Berbeda halnya dengan kelompok komunitas seperti halnya kelompok tani, KTA, dan lain halnya, proses pendidikan politik dalam organisasi massa petani untuk meningkatkan partisipasi politik anggotanya merupakan salah satu misi organisasi, sehingga dalam pelaksanaannya dilakukan secara terencana dalam bentuk suatu program kerja. Beberapa model pendidikan politik yang dilakukan organisasi massa, antara lain:

1. Kelas tetap atau kursus (Hendro HS, 2009; Pardede, 2014; Arista, 2014)  
Dilakukan dengan harapan para anggota memiliki pemahaman yang mendalam terhadap situasi pertanian di Indonesia, perjuangan pergerakan pertanian dalam ranah politik, keberpihakan dan ketidakberpihakan terhadap petani, dan lain sebagainya.
2. Diskusi reguler (Hendro HS, 2009; Pardede, 2014; Arista, 2014)  
Dalam setiap organisasi, entah itu organisasi massa atau bukan, pasti senantiasa melakukan dialog atau forum komunikasi untuk mengetahui

perkembangan pemahaman politik para anggotanya.

3. Media cetak (Hendro HS, 2009; Pardede, 2014; Hasan, 2007)

Pembuatan media cetak entah itu berupa brosur atau selebaran informasi sangatlah penting dalam pendidikan politik, terutama bagi organisasi massa yang berisikan anggota yang tingkat literasinya tinggi seperti generasi pemuda tani saat ini. Media cetak ini dapat berisikan perkembangan terkini dan tips pertanian, juga situasi politik daerah dan hubungannya dengan kehidupan petani serta perjuangan petani.

Pemilihan model pendidikan politik tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik organisasi massa dan anggotanya. Yang lebih penting dari pemilihan model pendidikan politik adalah kemampuannya untuk memobilisasi pesan politik yang ingin disampaikan sehingga pendidikan politik mampu menuju pada arah yang tepat yaitu meningkatkan daya pikir dan daya tanggap rakyat terhadap masalah politik. Selain itu, model pendidikan politik yang dipilih harus mampu meningkatkan rasa keterikatan diri (*sense of belonging*) yang tinggi terhadap tanah air, bangsa dan negara.

Program-program pendidikan politik organisasi massa biasanya tidaklah hanya diwajibkan bagi anggota, tetapi juga untuk pemimpin organisasi, bahkan massa secara luas diluar organisasinya. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang baik bagi pimpinan dan anggota atas persoalan yang ada di tengah-tengah kaum tani, serta membangun partisipasi aktif masyarakat dalam mengkonseptualisasikan dan mengelola organisasi. Melihat peran besarnya ini, pemuda tani dapat menjadikan organisasi massa ini pilihan untuk

mendapatkan akses terhadap pendidikan politik sehingga pemahaman dan partisipasi politik mereka juga ikut meningkat.

### C. Ikatan Silaturahmi IKAMAJA

Berbeda halnya dengan kedua jenis organisasi diatas, awal terbentuknya ikatan silaturahmi IKAMAJA adalah memang melalui program pemerintah “orientasi magang Jepang”, akan tetapi inisiasi dibuatnya suatu forum silaturahmi dan komunikasi bukanlah dari pemerintah, melainkan cita-cita dari para alumni program itu sendiri yang ingin memberikan kontribusi atas apa yang mereka dapatkan selama program magang di Jepang. Akan tetapi keberadaan ikatan silaturahmi alumni yang tadinya non formal ini menjadi dilegalisasi dalam bentuk organisasi dengan harapan agar pencapaian visi-misi mereka menjadi lebih terarah dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak.

Orientasi magang Jepang merupakan program dari Kementerian Pertanian mulai tahun 1984, bekerja sama dengan asosiasi pertanian Jepang. Siswa peserta umumnya para pelajar atau lulusan Sekolah Pembangunan Pertanian atau Sekolah Pertanian Menengah Atas (SPP-SPMA) atau sederajat dengan pengalaman usaha bertani minimal 2,5 tahun. Mereka dididik di Jepang selama 8 sampai dengan 12 bulan. Saat ini, sudah ribuan lulusan magang Jepang yang kemudian tergabung dalam Ikamaja.

Sebagai suatu organisasi, IKAMAJA memiliki visi dan misi yang tidak hanya memajukan pertanian secara ekonomi, tetapi juga memposisikan pertanian menjadi sektor yang tidak dipandang sebelah mata oleh para pengambil kebijakan sehingga kebijakan-kebijakan pertanian menjadi lebih pro petani untuk lebih maju (Marianah, 2012). Dalam mencapai

tujuannya itu, beberapa anggota IKAMAJA yang tersebar di seluruh Indonesia, bahkan membentuk Pusat Pelatihan Pertanian Pedesaan Swadaya (P4S) yang dikelolanya sendiri. Adapun fungsi dari P4S, dirumuskan dari beberapa literatur, antara lain sebagai berikut:

1. Tempat penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan, termasuk magang, dari petani dan untuk petani;
2. Tempat mengembangkan peran serta masyarakat mengembangkan sistem usaha agribisnis yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan dan keuntungan komperatif wilayah;
3. Sarana bagi para penyuluh dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia masyarakat tani dan pendapatan mereka;
4. Sarana bagi IKAMAJA dalam mengembangkan dan membina masyarakat tani.

Melihat fungsinya tersebut, maka IKAMAJA atau turunannya P4S dapat dijadikan alternatif akses pendidikan politik bagi pemuda tani. Sama halnya dengan organisasi berbasis komunitas KTNA, partisipasi politik organisasi dilakukan dengan cara konvensional melalui forum komunikasi atau dialog dengan para pejabat pemerintahan.

Seperti pada PENAS XIV, IKAMAJA menjadi salah satu organisasi yang diundang dan berpartisipasi dalam forum temu wicara. Elegansi organisasi IKAMAJA terlihat dari caranya melakukan pendekatan lobby terhadap para pejabat pemerintahan, beradu pandangan dalam arena dialog, dibandingkan pilihan cara-cara anarkis. Jika diklasifikasikan pada jenis organisasi, berdasarkan Carter (2007), maka organisasi IKAMAJA termasuk jenis *the participatory pressure group*, yakni suatu organisasi yang melibatkan para anggota dan pendukung namun dengan

menggunakan teknik tekanan konvensional.

Dalam hal model pendidikan politik, IKAMAJA sebagai organisasi yang memiliki tujuan utama proses transmisi pengetahuan dan teknologi di bidang pertanian, memang tidak terlalu menonjolkan pesan politik secara khusus. Akan tetapi materi pendidikan dan pelatihan cukup membuat membuat pemuda tani melek terhadap segala permasalahan yang terjadi disekitarnya dan menjadi berdaya untuk mencari jalan keluar permasalahan mereka sendiri. Dengan pemuda tani menyadari permasalahan mereka, diharapkan elemen partisipasi ini dengan sendirinya timbul karena keinginan untuk keluar dari permasalahan tersebut.

### **MEDIA BARU: MEDIA SOSIAL DAN PARTISIPASI POLITIK PEMUDA TANI**

Kantaprawira (2004), seperti telah dijelaskan sebelumnya, menyebutkan salah satu bentuk pendidikan politik dapat diperoleh melalui media audio dan visual. Saat ini dengan perkembangan teknologi, media audio dan visual tidak hanya berupa film, radio atau program televisi. Teori media baru yang dikembangkan oleh Pierre Levy memandang *World Wide Web* (www) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis (Lievrouw dan Livistone, 2006).

Manfaat media baru, yaitu internet, dalam komunikasi politik sudah dirasakan beberapa tahun lalu, terutama semenjak kemenangan Presiden Obama dalam arena kancah politik pemilihan presiden Amerika Serikat. Kampanye online yang dilancarkan oleh tim sukses Obama

melalui media sosial, baik itu *twitter*, *facebook*, *flickr*, *digg*, *youtube*, berhasil menarik perhatian massa, bukan hanya di Amerika Serikat, tetapi juga di beberapa negara lainnya. Banyak para kandidat calon presiden dari negara-negara tersebut menggunakan strategi komunikasi politik menggunakan media *online* ini. Selain pergerakan di media *online* tersebut, tim sukses Obama berhasil memobilisasi para pendukungnya melalui layanan pesan singkat guna mendorong mereka untuk memberikan suara pada pemilihan pendahuluan. Penggunaan media *online* oleh Obama dan tim suksesnya terbukti telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam mensosialisasikan program program Obama secara luas kepada publik.

Sejak kesuksesan Obama tersebut, mulai banyak dilakukan penelitian terkait dengan efektivitas penggunaan media tersebut sebagai alat untuk sosialisasi dan pendidikan politik. Penelitian tersebut beberapa diantaranya dilakukan oleh Calenda dan Meijer (2009), Yamamoto *et al.* (2013), Kahne *et al.* (2013), Visser dan Stolle (2013), Bachen *et al.* (2008), Pasek *et al.* (2006) dan Harris *et al.* (2010). Kahne *et al.* (2013) dan Calenda dan Meijer (2009) menyatakan dalam penelitiannya bahwa aktivitas *online* dari generasi muda mempengaruhi partisipasi politik *offline*-nya. Akan tetapi Kahne *et al.* membedakan aktivitas *online* menjadi tiga, yaitu aktivitas *online* yang digerakkan oleh keingintahuan akan politik, aktivitas *online* yang digerakkan oleh ketertarikan/ minat lain selain politik, dan juga aktivitas *online* yang digerakkan karena keinginan menjalin hubungan interpersonal. Kahne *et al.* kemudian menjelaskan bahwa yang berpengaruh terhadap partisipasi politik *offline* adalah aktivitas *online* yang digerakkan oleh keingintahuan akan politik. Demikian juga penelitian Pasek

*et al.* (2006) yang menemukan bahwa media massa (baik itu televisi, radio, koran, internet, film) berpengaruh terhadap kesadaran dan partisipasi politik, walaupun intensitasnya berbeda-beda. Di penelitian Pasek juga disebutkan bahwa generasi muda yang ikut serta dalam aktivitas masyarakat (misal ikut organisasi) cenderung menunjukkan partisipasi politik yang lebih besar. Hal ini juga senada dengan hasil penelitian Calenda dan Meijer (2009).

Yamamoto *et al.* (2013) dan Bachen *et al.* (2008) memperdalam hasil penelitian Kahne *et.al* dengan membagi dua level efek dari penggunaan media sosial atau internet terhadap kesadaran dan partisipasi politik. Level pertama adalah dampak terhadap kesadaran terhadap informasi politik yang didapatkan saat seseorang menggunakan media sosial atau internet untuk mencari tahu mengenai perihal tersebut. Level kedua adalah dampak terhadap partisipasi politik secara aktif yang terjadi saat seseorang menggunakan media sosial atau internet secara teratur dalam mendapatkan informasi-informasi politik. Penelitian ini sepertinya menunjukkan korelasi positif terhadap kondisi sosial budaya generasi muda saat ini. Penggunaan *smartphone* yang trend belakangan ini di kalangan generasi muda, akan meningkatkan peluang mereka untuk aktif berpartisipasi politik secara *offline*.

Pentingnya media *online* diutarakan oleh Harris *et al.* (2010), yang menyatakan bahwa media *online* mampu menarik perhatian para generasi muda yang mulai apatis terhadap dunia politik menjadi tertarik kembali. Mereka yang merasa sekelompok orang yang tidak didengarkan menjadi bebas bersuara dan berpendapat. Bahkan dalam bingkai kebebasan berpendapat, melalui media *online*, generasi muda memiliki keberanian untuk

mengungkapkan ketidak-sepakatan terhadap tindakan pemerintah jika dinilai tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Selain itu, media *online* dengan karakternya yang fleksibel dan mudah diperoleh dan mudah digunakan, menjadi akrab di tangan generasi muda yang memang selalu tertarik dengan sesuatu yang praktis. Di Indonesia saja, menurut data yang dikeluarkan oleh CNN Indonesia, pengguna media *online* dikuasai oleh generasi muda ditunjukkan dengan prosentase penggunaanya yang berusia kurang dari 35 tahun (generasi produktif) adalah sekitar 82,3 persen yang 85 persennya mengakses internet melalui media *smartphone*. Data ini cukup *reliable* karena diperoleh berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dengan PUSKAKOM Universitas Indonesia (UI).

Melihat pentingnya media *online* atau media sosial ini, tentunya penggunaanya di kalangan petani muda akan membantu tugas organisasi-organisasi di pedesaan dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik mereka. Akan tetapi dari sejumlah penelitian yang ada, belum ada penelitian yang mengkhususkan mengamati pengaruh media *online* atau media sosial ini terhadap partisipasi politik pemuda tani. Kebanyakan penelitian yang melibatkan media sosial dan pemuda tani baru sekitar penggunaan media sosial untuk membangkitkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat pedesaan dalam pembangunan; seperti penelitian tentang *e-learning* (Rosseni Din *et.al*, 2012), *e-health* (Boulos *et.al*, 2011), *e-extension* (Mulyandari, 2011). Hasil penelitian yang signifikan dari pengaruh media *online* terhadap partisipasi dan keterlibatan masyarakat pedesaan terhadap pembangunan, seharusnya

dapat menjadi landasan bahwa organisasi pedesaan pun dapat menggunakan media online atau media sosial tersebut dalam membantu peranannya untuk membangun kesadaran dan partisipasi politik pemuda tani.

#### **D. Kesimpulan**

Partisipasi politik pemuda tani tidak dapat diabaikan, terutama dalam kondisi pertanian seperti sekarang, dimana banyak petani merasakan ketidak berpihakan. Pemuda tani selaku penerus usaha dan pembangunan pertanian dapat memiliki peran penting dalam dunia politik terutama dalam mempengaruhi para pengambil kebijakan.

Dari beberapa cara berpartisipasi politik, cara yang paling mudah, tetapi mendapatkan hasil yang paling efektif untuk menginisiasi dan mempengaruhi para pengambil kebijakan adalah melalui organisasi atau kelompok kepentingan. Kita tidak dapat melakukan perubahan secara individual karena kemampuan kita yang terbatas. Kita memerlukan komunitas yang konsisten dengan perubahan tersebut. Disinilah kemudian lahir peran organisasi. Beberapa organisasi yang ditengarai mampu meningkatkan partisipasi politik pemuda tani dengan pendidikan politiknya dalam organisasi, yaitu kelompok komunitas seperti kelompok tani, KTNA, dan lainnya; organisasi massa petani seperti SPI, AGRA, dan lainnya; dan organisasi yang timbul sebagai hasil adanya program pemerintah seperti ikatan silaturahmi alumni orientasi magang jepang (IKAMAJA).

Strategi lain yang belum banyak digunakan untuk merangsang partisipasi pemuda tani adalah pendidikan atau sosialisasi politik melalui media sosial. Penggunaan media sosial di kalangan pemuda tani baru sebatas aktivitas usaha

tani-nya. Padahal potensi dari media sosial ini luar biasa, terutama karena aksesibilitasnya saat ini yang bisa diakses melalui *smartphone* yang sudah dimiliki oleh sebagian besar generasi muda, termasuk pemuda tani. Tentunya pada saat menggunakan media sosial untuk kepentingan sosialisasi atau pendidikan politik ini harus senantiasa mengacu pada peraturan yang berlaku, sehingga tetap saja peranan dari organisasi-organisasi di pedesaan sebagai pendamping pemuda tani sangatlah diperlukan.

#### **E. Limitasi Penulisan Artikel**

Artikel ini hanya berusaha menggabungkan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan terkait media, pendidikan politik dan partisipasi politik bagi generasi muda yang dilakukan baik di dalam maupun di luar negeri. Keterbatasan penulisan adalah dalam hal ketersediaan materi mengenai efektivitas penggunaan media *online* atau media sosial bagi partisipasi politik pemuda tani. Secara umum, penelitian-penelitian terdahulu hanya memusatkan perhatian pada generasi muda perkotaan (*urban youth*), sehingga kesimpulan penulis akan dampak media *online* atau media sosial bagi partisipasi politik pemuda tani (*rural youth*) hanya berdasarkan efektivitas penggunaan media sejenis dalam hal keterlibatan atau partisipasi mereka dalam pembangunan, tidak berdasarkan data empiris.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Almond, Gabriel A., dan S. Verba. 1963. *The Civic Culture*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Arista, Y.D. 2014. Peran Partai Politik dalam Mengembangkan Keterampilan Partisipasi Warga melalui Pendidikan Politik. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Bachen, C., C. Raphael, KM Lynn, K. McKee dan J. Philippi. 2008. *Civic Engagement, Pedagogy and Information Technology on Web Sites for Youth*. Journal of Political Communication, Vol. 23, No. 3.
- Bachriadi Dianto dan Wiradi Gunawan. 2012. *Six Decades Of Inequality Landtuner Problems In Indonesia*. Bandung: Agrarian Resource Center, Bina Desa, Konsorsium Pembaruan Agraria.
- Boas, A.A,V. dan P. Goldey. 2005. *a Comparison on Farmers Participation in Farmers Organizations and Implications For Rural Extension in Minas Gerais. Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, Vol. 7, No. 3.*
- Boulos, MNK, S. Wheeler, C. Tavares and R Jones. 2011. *How smartphones are changing the face of mobile and participatory healthcare: an overview, with example from eCAALYX. BioMedical Engineering OnLine, 10:24.*
- Calenda, D. dan A. Meijer. 2009. *Young People, The Internet and Political Participation. Journal of Information, Communication and Society*. Vol. 12, No. 6
- Carter, Neil. 2007. *The Politics of the Environment*. 2<sup>nd</sup> Edition. Cambridge University Press.
- Cempaka, D dan N.A Mirza. 2015. Peran Facebook dalam Komunikasi Politik bagi Pemilih Pemula. Jurnal FISIP. Yogyakarta : Universitas Atmajaya
- Fakih, M. 1999. Analisis Gender dan Transformasi Sosial. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Gaffar, Affan. 1998. Merangsang Partisipasi Politik Rakyat dalam *Demetologasi Politik Indonesia*. Syarofin Arba MF (edt). Jakarta: Pustaka Cidesindo.
- Gimpel JG, Lay JC and Schuknecht JE. 2003. *Cultivating Democracy: Civic Environments and Political Socialization in America*. Washington, DC: Brookings Institution Press.
- Harris, A., J. Wyn, dan S. Younes. 2010. *Beyond Apathetic or Activist Youth. Nordic Journal of Youth Research* Vol. 18, No. 1: Sage Publication.
- Hasan, A. 2007. Pengaruh Media Terhadap Tingkat Partisipasi Politik. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- HS, Hendro. 2009. Peranan Pendidikan Politik Organisasi Massa Petani Dalam Kehidupan Kaum Tani (Studi Kasus: Organisasi Massa Tani AGRA Ranting Desa Durin

ISSN 1693-3699

- Tonggal). Sumatera Utara: Repository USU.
- Huntington, SP dan J M. Nelson. 1990. Partisipasi Politik di Negara Berkembang. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kahne, J. Nam-Jin Lee dan J.T. Feezeell. 2013. *The Civic and Political Significance of Online Participatory Cultures among Youth Transitioning to Adulthood. Journal of Information Technology and Politics*, Vol 10, No. 1.
- Kantaprawira, Rusadi. 2004. Sistem Politik Indonesia. Suatu Model Pengantar. Edisi Revisi. Bandung: Sinar baru Algensindo.
- Leicht, KT dan J.C Jenkins. 2010. *Handbooks of Politics. State and Society in Global Perspective*. Springer New York Dordrecht Heidelberg London
- Lievrouw LA dan Livistone S. 2006. *The Handbook of New Media*. London (GB): Sage Publication.
- McNair B. 2011. *An Introduction to Political Communication. Fifth Edition*. London (GB): Routledge.
- Nimmo, Dan. 1989. Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media. Bandung: Penerbit Remadja Karya.
- Rahman, A. 2002. Sistem Politik Indonesia dalam Prespektif Struktural Fungsional. Surabaya: Penerbit SIC.
- Marianah, L. 2012. Peran Pusat Pelatihan Pertanian Pedesaan Swadaya. BBPP Jambi.
- Mas'oe'd, M. dan C. M. Andrews. 1986. Perbandingan Sistem Politik. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Jurnal Komunikasi Pembangunan  
Februari 2015. Vol.14, No.1
- Mudjiyanto, B. 2014. Media Baru, Budaya Politik, dan Partisipasi Politik. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*.
- Mulyandari, R. S. H. 2011. Cyber Extension sebagai Media Komunikasi dalam Pemberdayaan Petani Sayuran. Bogor: IPB.
- Naidu, Som. 2003. *Learning & Teaching with Technology: Principles and Practices*. New York: Routledge Falmer, 13-27.
- Pardede, D.Y. 2014. Peranan Organisasi Massa Petani dalam Pendidikan Politik Kaum Tani di Indonesia. Medan: FISIP- USU.
- Pasek, J., K. Kenski, D. Romer dan K.H. Jamieson. 2006. *America's Youth and Community Engagemnet. Journal of Communication Research*, Vol. 33 No. 3.
- Purwandari, H. LM. Kolopaking, F. Tonny. 2014. Perlawanan Tersamar Organisasi Petani: Sinergi Antara Kepentingan Pembangunan Dan Kepentingan Gerakan Sosial. Bogor : FEMA-IPB.
- Purwanto, H. 2012. Serikat Petani Indonesia dalam Perjuangan Pembaharuan Agraria di Indonesia Periode 1998-2011. Tesis. Depok : Universitas Indonesia
- Putra, A.M. 2011. Media Baru dan Fenomena Komunikasi Politik pada Pemilukada di Provinsi Banten 2011. Jakarta : Universitas Mercu Buana
- Rachmawati, D. 2003. Gerakan Petani dalam Konteks Masyarakat Sipil. Studi Kasus Organisasi Petani



ISSN 1693-3699

- SeTam. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik, Vol. 6, No. 3.
- Rossen Din, H. Norman, M. F Kamarulzaman, P. M. Shah, A. Karim, N S MatSalleh, M S Zakaria & K A Mastor. 2012. *Creation of a Knowledge Society via the Use of Mobile Blog: A Model of Integrated Meaningful Hybrid E-training*. *Asian Social Science*; Vol. 8, No. 16.
- Ruedin, D. 2007. *Testing Milbrath's 1965 Farmework of Political Participation: Institution and Social Capital*. *University of Oxford*.
- Rwelamira, J. 2015. *Strengthening Farmers Organizations and Civil Society Organizations. Paper for Feeding Africa Conference*.
- Subianto, P. 2009. *Membangun Kembali Indonesia Raya, Haluan Baru Menuju Kemakmuran*. Institut Garuda Nusantara.
- Sujiwo, Agung Tri. 2012. *Perubahan Pengusaan tanah atas lahan Pendudukan pasca reformasi (studi kasus tanah ciecong desa sindangasih Tasikmalaya)*. Bandung: ARC.
- Visser, S dan D. Stolle. 2014. *The Internet and New Modes of Political Participation: Online Versus Offline Participation*. *Journal of Information, Communication and Society*, Vol. 17, No. 8
- Wanma, A.V. 2015. *Pentingnya Pendidikan Politik Generasi Muda Terhadap Pelaksanaan Partisipasi Politik Di Distrik Samofa Kabupaten Biak Numfor*. E-Journal Universitas Sam Ratulangi.
- Jurnal Komunikasi Pembangunan  
Februari 2015. Vol.14, No.1
- Wijayanto, A. 2010. *Social Networking Sites, Komunikasi Politik, dan Akurasi Prediksi dalam Pmeilihan Presiden di Indonesia*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Yamamoto, M., MJ Kushin dan F. Dalisay. 2013. *Social Media and Mobiles as Political Mobilization Forces for Young Adults: Examining the Moderating Role of Online Political Expression in Political Participation*. New Media Society: Sage Publication.