

STRATEGI INTERNALISASI NILAI PANCASILA PADA GENERASI MILENIAL

Olga Sancaya Dyah Permatasari^{1*}, Margaretha Hanita², Hari Purwanto³

¹ Fakultas Psikologi, Program Studi Psikologi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, Indonesia

^{2,3} Sekolah Kajian Strategik dan Global, Program Studi Ketahanan Nasional, Universitas Indonesia,
Jakarta, Indonesia

Email: *¹olga.sancayadyah@gmail.com

Submitted: 04-05-2023; Accepted: 15-07-2023; Published : 20-07-2023

ABSTRAK

Ideologi Pancasila terus mengalami penurunan apresiasi, penghayatan dan pengamalan oleh generasi milenial yang di masa depan merupakan generasi penerus bangsa. Banyak faktor penyumbang hingga fenomena tersebut akhirnya terjadi, dimulai dari diskursus Pancasila hingga dampak globalisasi. Sedangkan Pancasila merupakan gatra ideologi dalam Ketahanan Nasional yang memberikan arah dan tujuan bernegara. Tujuan Penelitian adalah menemukan strategi internalisasi nilai Pancasila sesuai dengan karakteristik generasi milenial melalui media digital. Metode pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Wawancara mendalam dengan sepuluh partisipan generasi milenial dan narasumber ahli sebagai metode pengumpulan data. Metode analisis yang digunakan adalah analisis induktif dan analisis intelijen (kualitatif). Hasil penelitian: ditemukan saran dan cara internalisasi nilai Pancasila yang sesuai dengan karakter mereka sebagai generasi milenial di era digital. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi internalisasi nilai Pancasila yang dapat diaplikasikan adalah dengan menggunakan media digital yang dikemas dalam berbagai bentuk/fasilitas. Strategi ini disusun dengan menggunakan konsep dasar *Framing Theory*, *Mere exposure effect*, Teori Pembelajaran observasi dan modelling dengan mempertimbangkan saran-saran esensial berdasarkan harapan dan keinginan generasi milenial.

Kata kunci: Generasi Milenial; Ideologi Pancasila; Internalisasi; Ketahanan Nasional; Media digital.

ABSTRACT

The Pancasila ideology continues to experience a decline in appreciation, internalization, and practice by the millennial generation, who in the future will be the next generation of the nation. Many factors contributed to this phenomenon finally happening, starting from the Pancasila discourse to the impact of globalization. Whereas Pancasila is an ideological element in National Resilience that provides direction and goals for the state. The research objective is to find a strategy for internalizing Pancasila values according to the characteristics of the millennial generation through digital media. The method in this study is a qualitative method. In-depth interviews with ten millennial generation participants and expert sources as a data collection method. The analytical method used is inductive analysis and intelligence analysis (qualitative). Research results: found suggestions and ways of internalizing Pancasila values that are in accordance with their character as millennials in the digital era. Based on the results of the study it can be concluded that the strategy for internalizing Pancasila values that can be applied is to use digital media packaged in various forms/facilities. This strategy was developed using the basic concepts of Framing Theory, Mere exposure effect, Observational Learning Theory, and modeling by considering essential suggestions based on the hopes and desires of the millennial generation.

Key word: Millennial Generation; Pancasila ideology; Internalization; National Resilience; Digital Media.

PENDAHULUAN

Wacana mengenai semakin lunturnya apresiasi, internalisasi dan pengamalan nilai Pancasila dalam kehidupan sebagai warga negara Indonesia menjadi perhatian banyak kalangan. Era globalisasi telah membawa dunia dan tidak terkecuali Indonesia pada tataran kehidupan yang baru-yaitu perubahan sosial yang cenderung lebih disruptif dan penuh dalam ketidakpastian jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelum adanya internet dan media sosial. Modernisasi di bidang teknologi informasi telah merubah cara berkomunikasi masyarakat secara masif, juga merubah cara masyarakat dalam hidup bersama. Dengan mudahnya informasi, berbagai pengetahuan, nilai, ideologi, masuk dan disebarkan kembali melalui internet dan media sosial. Ancaman, tantangan, hambatan, dan gangguan pun ikut berubah seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Kemudian bagaimana masyarakat terutama generasi milenial dapat menghadapi berbagai ancaman, tantangan, hambatan, dan gangguan yang selalu berubah di tengah perubahan sosial yang tidak dapat terhindarkan dan tetap memiliki rasa cinta dengan tanah air dan bagaimana nilai Pancasila dapat kembali diapresiasi, diinternalisasi dan diamalkan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara?

Adapun berbagai ancaman yang sedang dihadapi bangsa Indonesia berkontribusi pada pelunturan rasa identitas diri sebagai warga negara Indonesia, lunturnya perasaan cinta kepada tanah air dapat menyebabkan disintegrasi. Diskursus Pancasila, dimulai sejak era pasca Reformasi cenderung mulai ditinggalkan oleh masyarakat sipil sejak tahun 1998, semenjak terjadinya pembajakan Pancasila yang berlangsung selama 32 tahun saat rezim Orde Baru yang berdampak pada trauma yang dirasakan oleh masyarakat sehingga elemen-elemen masyarakat sipil mulai meninggalkan Pancasila seolah-olah berubah menjadi sejarah dan terlupakan.

Lebih lanjut, globalisasi telah membawa beragam dampak, yaitu perkembangan demokrasi di Indonesia, perkembangan teknologi informasi, dan perubahan sosial secara masif. Saat ini, era digital-demokrasi nampak dimaknai secara berlebihan daripada porsi yang seharusnya. Kemajuan teknologi informasi menciptakan ruang terbuka dan luas kepada masyarakat untuk bertukar informasi, menuangkan pikirannya, dan menyebarkan

beragam pemikiran dan pemahannya.

Perkembangan teknologi informatika menurut Palfrey & Gasser (2011) telah memunculkan banyak perubahan di berbagai konteks dalam kehidupan, yaitu (1) Berkembangnya inovasi dalam bidang bisnis yang mempergunakan internet; (2) Kehadiran internet telah melahirkan berbagai jenis dan jumlah informasi yang tampak tidak terbatas dan telah mengubah cara belajar generasi digital.

Perubahan demokrasi juga merupakan bagian dari dampak globalisasi. Globalisasi telah menyebabkan terjadinya perubahan sosial dan turut serta membawa konsekuensi seperti terjadinya perubahan ancaman dan tantangan seiring perkembangan modernisasi. Globalisasi sendiri merupakan sebuah proses dialektika yang menghasilkan perubahan, dimana masyarakat menjadi sebuah sistem yang saling berhubungan dan dapat menimbulkan masalah karena adanya perbedaan gap (Giddens dalam Held & McGrew, 2000). Globalisasi menjadi salah satu faktor yang meningkatkan dan memperkuat konektivitas dan saling ketergantungan antara masyarakat. Ancaman pada saat ini begitu luas dan tidak pasti yang dapat mengganggu stabilitas di berbagai bidang yang berhubungan dengan aktivitas manusia (Linkov, Trump, & Fox-Lent, 2016).

Bukti bahwa ancaman menjadi begitu luas dan dapat mengganggu aktivitas manusia, terutama di Indonesia, antara lain politik identitas, politik budaya, korupsi, *hate speech* dan HOAX, seperti beberapa serangan-serangan berita HOAX, *clickbait*, dimana adanya disinkronisasi antara judul berita yang ditampilkan dengan isi berita yang sesungguhnya, yang biasanya akan muncul di tengah kontestasi politik (Jawapos.com, diakses pada 28 September 2020).

Beberapa mahasiswa dari salah satu universitas di Surakarta dan Jakarta terlibat dalam gerakan radikalisme-terorisme yang terjadi antara tahun 2009-2010 (Qodir, 2016). FGD Kajian Wantimpres RI pada 22 Mei 2019 (dalam Hartono, 2020) bertopik peningkatan kesadaran mahasiswa Indonesia mengenai bela negara di era digital menegaskan bahwa saat ini fenomena radikalisme dikenal di dunia pendidikan.

Adapun Saripurnawan (2020) dengan penelitiannya menjelaskan bahwa generasi milenial mulai kehilangan sejarah bangsanya, merasa bukan menjadi bangsa Indonesia. Yang mana kondisi ini dipengaruhi oleh generasi milenial mulai tidak peduli dengan ideologi

Pancasila dan justru lebih tertarik dan bangga dengan budaya bangsa lain. Anggraini, Fathari, Anggara, & Al Amin (2020) dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa generasi milenial mulai banyak yang tidak menerapkan nilai-nilai Pancasila dalam keseharian.

Berkaitan dengan generasi milenial, Hanum (2019) dalam kajiannya menyebutkan bahwa generasi milenial di era digital mudah terpengaruh budaya dan teknologi lain yang disiarkan atau diinformasikan melalui media sosial. Generasi milenial menjadi kehilangan *living values* (nilai-nilai dasar kehidupan) dan teknologi juga menimbulkan permasalahan seperti debat kusir yang tidak berdasar di antara kalangan generasi milenial. (Sabani, 2018).

Satu sisi bersamaan dengan tantangan yang dihadapi dan fakta bahwa gatra ideologi masuk dalam kategori kurang tangguh, Indonesia sedang berada pada Periode bonus demografi dimulai pada tahun 2015-2040 (Sugiharto & Setiawan, 2015). Bonus demografi ini merujuk pada generasi milenial dan Z yang banyak diprediksi menjadi harapan kemajuan bangsa.

Sedangkan saat ini Pancasila mulai kehilangan apresiasi di kalangan masyarakat dan generasi milenial. Atas kondisi tersebut diperlukan sebuah strategi internalisasi nilai-nilai Pancasila kepada generasi milenial di era digital.

Cara berkomunikasi di masa sekarang telah banyak berkembang dan mengalami perubahan secara masif seiring perkembangan teknologi informasi. Dengan karakteristik generasi milenial yang memiliki gaya bekerja efisien dan efektif, mudah menyerap informasi atau segala sesuatu yang baru membuatnya menyenangkan media digital yang menyediakan informasi instan dan cepat, mereka pun dinilai cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Selain itu, Generasi milenial juga tidak mudah percaya terhadap otoritas-otoritas tradisional yang bersandar pada nilai-nilai yang non-rasional. Hal ini disebabkan karena generasi milenial memiliki rasa ingin tahu yang besar terhadap sesuatu (Tapscott, 2008; Pyöriä, Ojala, Saari, & Järvinen, 2017; Wisnuhardana, 2018). Selain itu, generasi milenial memiliki karakteristik menghargai adanya keragaman (Lancaster & Stillman, dalam Putra, Surya Yanuar, 2016).

Sebagai generasi yang lahir di saat teknologi informasi mulai berkembang pesat menjadikan generasi milenial gemar dengan teknologi dan inovasi teknologi yang menyediakan sumber

informasi, hiburan dan ekosistem yang tidak pernah ada habisnya untuk kehidupan sosial mereka (Pew Research Center, 2010).

Platform media sosial sendiri menjadi suatu arena yang “dapat dikontrol” di mana individu dapat membentuk jaringan virtual mereka sesuai yang diyakini agar disenangi oleh sosial yang dimanifestasikan dalam bentuk pernyataan, foto, video, dll (Buffardi & Campbell, 2008). Selain itu, media-baik dalam bentuk televisi, pers, dan online memiliki peran utama mengkomunikasikan kepada publik mengenai berbagai hal yang terjadi di dunia. Audiens yang tidak memiliki pengetahuan atau pengalaman langsung tentang apa yang terjadi dapat menjadi sangat bergantung pada media untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi mengenai apa yang terjadi di dunia (Happer & Philoa, 2013).

Dalam konteks demografi di Indonesia, berdasarkan data Statistik Telekomunikasi Indonesia tahun 2019 (dalam Monggilo, Kurnia, & Indriyatno, 2020) sebanyak 67,05% pengguna internet berusia 19-49 tahun, kemudian 32,95% pengguna internet berusia <19 tahun dan >50 tahun. Platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Facebook, Instagram, Twitter, TikTok yang penggunaannya mencapai 95%. Instagram diketahui menjadi media sosial dengan rata-rata konsumsi data tertinggi per harinya karena kontennya yang berupa foto dan video. (Tempo.com, diakses 3 Oktober 2020). Selanjutnya, beredarnya sejumlah besar (2.024 konten) berita hoaks pada platform Facebook, Twitter, dan WhatsApp terhitung sejak 1 Januari-16 November 2020 (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia dan cekfakta.com diakses melalui Kompas.com, diakses 9 Februari 2021). Paparan di atas menunjukkan kepada kita bahwa secara nasional, penggunaan internet, media sosial, dan ponsel mengalami peningkatan secara masif dalam kurun waktu yang singkat dan terlihat menjadi salah satu bagian besar di dalam rutinitas masyarakat dunia.

Latif (2018) menjelaskan bahwa salah satu tugas negara adalah mencerdaskan kehidupan bangsa. Pembentukan karakter berlandaskan Pancasila tersebut merupakan bagian penting dalam memperkuat ketahanan nasional terutama pada gatra ideologi untuk menghadapi beragam perubahan ancaman, tantangan, hambatan dan gangguan (ATHG) yang terus mengikuti zaman. Gubernur Lemhanas Suradinata menjelaskan (Suradinata, 2001) ketahanan nasional adalah

suatu keadaan dimana suatu bangsa memiliki ketahanan dan keuletan, serta mampu mengembangkan kekuatan nasional agar dapat menghadapi dan mengatasi berbagai hambatan, ancaman, tantangan, dan gangguan baik dari dalam maupun luar negeri, maupun yang secara langsung atau tidak langsung mengancam keutuhan identitas dan kelangsungan hidup bangsa dan negara.

Salah satu aspek Panca Gatra dalam Ketahanan nasional yaitu gatra Ideologi yang berperan sebagai dasar, memberi arah dan tujuan dalam bernegara, yang dilaksanakan dalam aktivitas konkret, baik di dalam konteks penyelenggaraan negara maupun dalam kehidupan sehari-hari (Wahidin, 2020). Kembali kepada generasi milenial, kelompok generasi ini menjadi salah satu bentuk pertahanan non-militer, salah satu caranya dengan menguatkan karakter, kepribadian, dan identitas diri sebagai bangsa Indonesia berlandaskan nilai-nilai Pancasila. Sehingga setiap sikap dan perbuatan para generasi milenial dalam kehidupan berbangsa dan bernegara dilandaskan oleh Pancasila.

Pancasila dengan nilai-nilai moralnya tidak dirumuskan hanya untuk jangka waktu tertentu tetapi terus menjadi dasar negara yang tidak akan lekang oleh waktu (Latif, 2013). Sebab itulah Pancasila bersifat akomodatif, karena dirumuskan dengan mengingat Tri Prakara, yaitu asas kebudayaan, asas religius, dan asas kenegaraan. Yang mana Pancasila dengan nilai-nilai yang tergantung di dalam setiap silanya menjadi kekuatan untuk menangkal berbagai tantangan di berbagai bidang, yaitu bidang politik, ekonomi, sosial budaya, dan pertahanan keamanan (Yudhanti, 2016). Penghayatan dan tindakan nyata sesuai dengan nilai Pancasila niscaya dapat menghindarkan bangsa Indonesia mengalami kehancuran (Latif, 2013).

Upaya yang telah dilakukan negara dari rezim ke rezim mengalami berbagai perubahan, dari BP7, P4, dan PMP di rezim Orde Baru. Masa reformasi kurikulum pendidikan Pancasila dirubah karena dianggap mengandung indoktrinasi yang bersifat negatif. Kemudian, era pemerintahan Joko Widodo, pendidikan Pancasila dilaksanakan oleh Badan Pembinaan Ideologi Pancasila (BPIP) dengan berbagai metode, meliputi aktivitas kemah Pancasila Pelajar Indonesia, FGD dengan beberapa tokoh dan profesi, serta seminar. Penelitian ini coba melihat berbagai kemungkinan, kondisi, dan potensi yang ada dan merancang sebuah cara

untuk membudayakan nilai-nilai dalam Pancasila dalam konteks era digital, seperti media sosial atau platform digital lain, sehingga bertambah variasi dalam membudayakan Pancasila.

Jika platform media sosial dapat membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya akan *love and belongingness* (Savci, Turan, Griffiths, & Ercengiz, 2019), kenapa tidak dengan sebuah gagasan untuk mengembangkan rasa *love and belongingness* dalam konteks yang lebih luas, yaitu Indonesia dengan kembali merevitalisasi wawasan kebangsaan dan bela negara. Media berperan penting dalam mengubah mentalitas masyarakat-nilai produk media salah satunya bergantung terutama pada produsennya, media memberikan harapan baru sebagai salah satu alat untuk membentuk generasi, pengembangan pendidikan, dan transfer nilai (Solik, Višňovský, & Luluhova, 2013).

Davison (dalam Rakhmat, 2019) mengungkapkan bahwa kini khalayak sudah bukan penerima pasif saat menerima informasi, mereka tidak dapat dianalogikan seperti tanah liat yang dapat dibentuk sesuai dengan keinginan propagandis, khalayak kini mampu menuntut atas informasi yang diterima. Media massa memiliki pengaruh, namun pengaruh tersebut akan disaring, diseleksi, atau mungkin ditolak sesuai dengan faktor-faktor personal yang memengaruhi reaksi khalayak (Rakhmat, 2019).

Berdasarkan fenomena yang sudah dipaparkan di atas, maka penelitian ini berupaya mengidentifikasi strategi internalisasi nilai Pancasila kepada generasi milenial melalui media digital yang sesuai dengan karakteristik masyarakat Indonesia terkhususnya generasi milenial.

KAJIAN PUSTAKA

1. Komunikasi Massa: *Framing Theory*

Teori *framing* mengalami perkembangan sejak tahun 1970-an, yang oleh tangan psikologi kognitif. *Framing* mengacu pada proses di mana orang mengembangkan suatu konseptualisasi pada suatu masalah tertentu atau reorientasi pemikiran mereka tentang suatu masalah (Chong & Druckman, 2007). Media komunikasi massa secara kolektif dipandang sebagai sarana utama kontrol dan mobilisasi banyak orang, dengan kapasitas untuk membentuk "*mass identity*" individu yang terpencair-pencair dan menimbulkan "*mass behavior*" di bidang

politik, kepercayaan, dan konsumsi (McQuail, 2015). Menggunakan *framing* dalam menyampaikan sebuah interpretasi pada suatu hal dapat memberikan dampak signifikan jika audiens sebelumnya sudah memiliki mental schemas pada informasi yang diberikan (Scheufele & Iyengar, 2012). *Framing* memberikan pengaruh tidak hanya pada mengubah sudut pandang individu pada suatu hal, tetap juga mempengaruhi tanggapan emosional yang dimunculkan oleh individu yang bersangkutan (Gross & D'ambrosio, 2004).

Proses *framing* menurut Chong & Druckman (2007) dapat beroperasi pada tiga tingkatan, yaitu 1) menciptakan keyakinan baru mengenai isu yang diinginkan; 2) menekankan keyakinan yang sudah ada dan mudah diakses; 3) memperkuat keyakinan agar lebih efektif dan kuat dalam mempengaruhi penilaian orang. Beberapa poin penting lain yang perlu ditekankan lainnya, adalah moderator, yang meliputi: nilai, pengetahuan, frame yang disampaikan oleh sumber kredibel, komunikator, dan repetisi.

2. *Mere Exposure Effect*

Robert Zajonc (1968), mendefinisikan *Mere Exposure Effect* sebagai "preferensi afektif yang ditimbulkan oleh paparan stimulus yang diberikan sebelumnya, berulang, dan tidak diperkuat." Pada dasarnya, semakin kita terekspos pada sesuatu, semakin kita cenderung menyukainya, meskipun kita tidak sadar akan keterpaparan tersebut. Menurut Moreland & Zajonc (1982), paparan berulang (*repeated exposure*) memiliki efek yang dapat membantu mengubah sikap dan keyakinan seseorang terhadap individu tertentu. Hal ini terjadi karena paparan berulang terhadap stimulus tertentu membuat seseorang merasa lebih familiar dengan stimulus tersebut, sehingga dapat mempengaruhi perubahan sikap dan keyakinan mereka.

3. Bandura - Teori Kognisi Sosial (*Social Cognition Theory*)

Bandura mengungkapkan bahwa (dalam Feist & Feist, 2010) manusia cukup fleksibel untuk dapat mempelajari berbagai macam sikap, perilaku, dan juga kemampuan. Pembelajaran tersebut dapat terjadi dalam bentuk observasi. Bandura meyakini bahwa pembelajaran observasi lebih efisien daripada pengalaman langsung, karena dengan observasi orang lain,

manusia tidak perlu mendapatkan respons atau dampak tertentu sebagai akibat dari pengalaman langsung.

Terdapat beberapa faktor dimana seseorang akan belajar dari model, meliputi: 1) Karakteristik model (lebih kompeten, status lebih tinggi, dll); 2) Pembelajar berkarakteristik tidak memiliki kemampuan, kekuatan untuk berperilaku seperti model, ataupun latar belakang yang sama dengan model; 3) Adanya manfaat dari perilaku yang ditiru memberikan pengaruh kepada pelaku yang melakukan observasi (Feist & Feist, 2010).

4. Media Sebagai Mediasi Identitas

Menurut Nick Stevenson (dalam Nasrullah, 2018) banyak ahli media menggunakan perspektif komunikasi massa yang memandang bahwa identitas khalayak dalam masyarakat demokratis terbentuk atau dipengaruhi oleh media. Setiap program yang ditayangkan di televisi memiliki peran penting dalam membentuk identitas khalayak, yang juga dipengaruhi oleh para pemilik media. Konsep-konsep seperti komodifikasi, kepemilikan, kontrol, teknologi, dan penggunaan media adalah contoh bagaimana media mempengaruhi pembentukan identitas khalayak. Menurut Stevenson (dalam Nasrullah, 2018), terdapat hubungan yang dinamis dengan identitas di era teknologi media, baik itu identitas kultural, personal, hingga pembentukan identitas. Saat ini, konten media berusaha untuk mempromosikan dominasi budaya dan komodifikasi terhadap khalayak, yang telah memengaruhi kehidupan sosial dan budaya khalayak.

5. Teori Gaya Belajar

Fleming (dalam Santosa, 2020) menjelaskan gaya belajar merupakan bagian dari karakteristik individu dan merupakan suatu cara yang lebih digemari guna mengumpulkan, mengorganisasikan, dan berpikir tentang informasi. Terdapat 4 preferensi modalitas model gaya belajar yang dirumuskan oleh Fleming, yakni *Visual*, *Auditory*, *Read/Write*, dan *Kinesthetic* (sering disingkat menjadi VARK). Beberapa kegiatan yang dapat mengakomodasi gaya belajar VARK, menurut Fleming (dalam Hawk & Shah, 2007), meliputi: *Visual* dapat berupa diagram, grafik, desain; *Auditory* dapat berupa diskusi, percakapan, video + audio; *Read/Write* dapat berupa bacaan, buku, bibliografi; sedangkan kinestetik dapat

menggunakan contoh kehidupan nyata, demonstrasi, dosen tamu.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menghasilkan atau menguji teori dan berkontribusi pada pengetahuan. Penyelidikan kualitatif sangat kuat sebagai sumber *grounded theory*, teori yang secara induktif dihasilkan dari kerja lapangan, yaitu teori yang muncul dari observasi dan wawancara peneliti di dunia nyata daripada di dalam konteks laboratorium atau akademi (Patton, 2014).

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling - convenience*. Teknik ini dipilih sebagai agar data yang diperoleh menjadi lebih kaya. Partisipan pada penelitian ini adalah 10 generasi milenial yang bertempat tinggal di DKI Jakarta yang berdomisili di DKI Jakarta dengan demografi berikut: rentang usia 27 – 32 tahun, jenis kelamin laki-laki sejumlah empat orang dan perempuan enam orang. 10 partisipan tersebut memiliki keragaman suku bangsa, meliputi Jawa, Jawa-NTT, Tionghoa-Betawi,

Sunda-Bugis, Tionghoa, Jawa-Papua-Manado, Sunda-Jawa.

Teknik analisis yang dipergunakan adalah pendekatan induktif, sebagai teknik analisis yang memungkinkan munculnya temuan-temuan tema yang sering muncul, konsep baru, penjelasan, hasil, dan / teori dari data kualitatif spesifik (Patton, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dan analisis temuan penelitian, terdapat satu tema besar hasil, yaitu Metode Internalisasi Pancasila dengan empat sub-tema, meliputi : (1) Sarana; (2) Isi Konten; (3) Karakteristik host/narasumber; (4) Gaya belajar. Setiap sub-tema tersebut memiliki keragaman pandangan dari para informan. Tema beserta dengan sub-tema memiliki keterkaitannya satu sama lain.

Berikut akan dipaparkan setiap sub-tema berikut dengan sampel kutipan dan analisa:

- 1) Sub-tema “Sarana” di dalamnya terdapat ragam pandangan yang memiliki pola berikut:

Tabel 1. Sarana

Sarana	Alasan / argumentasi oleh generasi milenial	Kutipan
1. Pemanfaatan platform media sosial, seperti : 1) Youtube 2) Instagram 3) Twitter 4) Platform media podcast	a) Lebih mudah dipahami; b) Mudah diakses dimanapun dan kapanpun; c) Lebih menarik	<p>“Youtube sih... dibuat videonya, kaya dari rancangannya seperti apa.” (informan D)</p> <p>“Youtube kan ada visualnya. Dengan adanya penggabungan visual dan audio, gambaran kita akan semakin lengkap..... Jadi aku tuh senang belajarnya yang seperti itu. Aku suka video podcast/ podcast, nonton di YouTube.” (Informan L)</p> <p>“Kalau sekarang kita bisa menggunakan media sosial ya, karena itu yang paling cepet dan mudah dipahami dan paling menariklah untuk diakses....(Podcast) Iya itu bisa...Ya menarik sih.... Jadi ga melulu jelasin pancasila nunjukin sila-silanya, kaya nyontohin secara implisit, kita tu menerangkan Pancasila.” (Informan BL)</p>

<p>2. Diskusi kritis/ IG live talkshow, video podcast yang disiarkan di salah satu platform digital (Instagram / youtube).</p>	<p>a) Lebih menarik; b) Lebih mengena dan dapat dipahami dengan lebih baik; c) Visual dan audio membantu memudahkan pemahaman dan menarik untuk terus disimak d) Menambah pengetahuan dengan cukup lengkap melalui host / narasumber yang membawakan.</p>	<p><i>“Kalau dialog aku suka sih dari orang-orang yang expert di bidangnya, ahli di bidangnya gitu, punya pengalaman di bidangnya terkait pengamalan Pancasila. Karena orang-orang yang ekspert kan orang-orang yang sudah mengalami langsung dan ia mendalami, mengulang ulik dan meneliti itu.”</i> (Informan G)</p> <p><i>“Youtube sama, kaya video, kaya diskusi”</i> (Informan BB)</p> <p><i>Bentuknya mau visual atau dari sosial media, buat IG live talkshow, atau misalnya live streaming youtube atau webinar. Itu masing-masing caranya. Cuma kalau menurutku aku di generasi kita ke bawah biasanya lebih senang di IG yang bentuknya visual dan audio. Kalau hanya tulisan hanya bacaan gitu nggak menarik sih. Kalau platform digital lainnya youtube streaming lewat channel-channel...Pertama talkshow yang pasti, menurutku menarik sih, soalnya kan dua arah ya, biasanya bentuknya obrolan. Di streaming kan lebih punya kebebasan untuk berbicara.”</i> (Informan A)</p> <p><i>“Memanfaatkan media sosial, apalagi kan sekarang presiden juga punya youtube. Mungkin itu bisa jadi salah satumedia dari youtube itu untuk, pemerintahan atau mungkin generasi-generasi muda sekarang yang teman-teman yang kreatif dari youtube atau instagram twitter. Bisa mengemas Pancasila dengan sesuatu yang lebih mudah dipahami kali ya.”</i> (Informan R)</p>
<p>3. Film / dokumenter/ mini-series/ animasi</p>	<p>a) Dapat langsung memberikan contoh implementasi dari setiap sila; b) Sering kali ide cerita relate dengan kehidupan sehari-hari c) Dapat menyaksikan suatu adegan secara langsung dan</p>	<p><i>“Kaya di film-film selalu ada valuenya ga sih, meskipun dia ga secara gambling”</i> (Informan N)</p> <p><i>“Film, foto, anything visual, but bukan tulisan panjang lebar. visual dan lebih mudah mencerna kalau materinya visual-menghayati foto</i></p>

Strategi Internalisasi Nilai Pancasila Pada Generasi Milenial
(Olga Sancaya Dyah Permatasari*, Margaretha Hanita, Hari Purwanto)

	<p>lengkap sehingga tidak terjadi salah pemahaman;</p> <p>d) Biasanya banyak value yang bisa diambil;</p> <p>e) Mudah dipahami;</p> <p>f) Dinilai dapat mengedukasi sesuatu dengan baik.</p>	<p>atau film.” (Informan MCL)</p> <p>“Bisa buat film...karena kan kalau di film mungkin bisa ada adegan yang langsung mencontohkan implementasi dari setiap silanya itu.” (Informan R)</p> <p>“Kalau misal dalam bentuk ide cerita yang non-fiksi yang cukup relate ga perlu lama-lama lah, kan bisa dibikin animasi juga, kartun. Aku suka lho nonton upin ipin. Karena menurut aku cukup menggambarkan situasi di melayu. Menurutku kartunya cukup mengedukasi yang bagus.” (Informan A)</p>
4. Infografis	<p>a) Dapat menyajikan informasi secara padat dalam satu kali unggahan;</p> <p>b) Lebih menarik;</p> <p>c) Dinilai masih populer.</p>	<p>“Kalau di post infografik masih populer.” (Informan BB)</p> <p>“Aku ga tau ini works atau tidak, yang aku amati dari sosial media itu jauh lebih enak kalau kita baca infografis gitu. Kadang aku sendiri lebih suka lihat infografis, karena ia menyajikan data tapi dikemasnya dengan sangat mudah dibaca dan interaktif dan juga menarik gitu....” (Informan A)</p>

Kehadiran dan kemajuan teknologi informasi melahirkan sebuah komunitas yang disebut *network society* (Wisnuhardana, 2018). Internet dan ruang siber selain berfungsi mengakomodasi kebutuhan-kebutuhan pada individu, juga memunculkan apa yang dinamakan sebagai komunitas virtual atau *virtual community*, yang mana komunitas ini terbentuk bukan dari elemen-elemen dari dunia nyata atau sebagaimana para sosiolog melihat bagaimana terbentuknya komunitas (Nasrullah, 2018). Rheingold (dalam Nasrullah, 2018) menjelaskan komunitas virtual terbentuk karena agregasi sosial yang terjadi di internet, komunitas ini membicarakan berbagai persoalan dan mendiskusikannya dalam waktu yang lama, serta proses diskusi melibatkan pemikiran dan perasaan sehingga relasi terbentuk di ruang siber.

Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat keragaman dan juga kesamaan pendapat yang merupakan pencerminan dari *virtual community*. Lebih lanjut, hasil temuan menegaskan karakteristik generasi milenial yang disebut sebagai *digital native*. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa generasi milenial sangat kompeten dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, mereka juga terbiasa dengan dunia media sosial, sehingga ada yang menyebutnya sebagai “*digital natives*” (DeVaney, 2015; Pyöriä, Ojala, Saari, & Järvinen, 2017). Dimana para generasi millennial menggunakan media digital untuk memperoleh informasi dan belajar. Generasi milenial adalah penggemar teknologi dan inovasi teknologi yang menyediakan sumber informasi, hiburan dan ekosistem yang tidak pernah ada habisnya untuk kehidupan sosial mereka (Pew Research Center, 2010).

Igbaria, Shayo, & Olfman (1998) menyebutkan bahwa komunitas virtual memberikan pengaruh besar pada peningkatan pengalaman *online* pada pengguna internet, seperti kegiatan mengobrol, berteman, bertukar ide, dan berbagi pengetahuan tentang suatu mata pelajaran tertentu. Semua komunikasi melalui komputer telah mengarahkan individu untuk mengubah metode komunikasi dan kolaborasi mereka. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Flanagan & Metzger (2006) semakin menegaskan bahwa individu-individu yang menggunakan teknologi (internet) pada dasarnya

memiliki berbagai kebutuhan, meliputi untuk mendapatkan informasi, belajar, ikatan sosial termasuk termasuk pemeliharaan hubungan, bermain, kesenangan, persuasi, pemecahan masalah, status, dan wawasan. Teknologi memberikan pemenuhan pada kebutuhan-kebutuhan tersebut.

- 2) Sub-tema “Isi Konten” di dalamnya terdapat ragam pandangan yang memiliki pola berikut :

Tabel 2. Isi Konten

	Alasan / argumentasi oleh generasi milenial	Kutipan
Isi konten	<p>a) Ada unsur santai/komedi sehingga tidak terlalu serius dan tidak membosankan;</p> <p>b) Sejarah, filosofi, kemudian nilai per-sila;</p> <p>c) Mengangkat kasus di Indonesia (contoh: isu kemanusiaan, isu yang meresahkan masyarakat) dan dikaji dengan menggunakan Pancasila/kasus-kasus yang bertolak belakang dengan nilai Pancasila.</p> <p>d) Dialog antar expert di bidangnya terkait pengalaman dalam pengamalan Pancasila, ada pembahasan mengenai kajian Pancasila;</p> <p>e) Berisi <i>value</i> yang mampu menginspirasi, menjelaskan makna nilai Pancasila, dan relevansinya dengan kehidupan saat ini;</p> <p>f) Kenetralan (universal) sehingga semua orang bisa menerima dalam keadaan apapun;</p> <p>g) Kebutuhan untuk contoh aplikatif</p>	<p>“Mungkin bisa dikemas secara komedi mungkin biar nggak spaneng-spaneng banget, biar ga serius bgt, tetap bisa dapet maknanya begitu, dan dengan bahasa yang mudah dipahami tentunya. Karena nggak bohong kalau video yang serius, kadang-kadang males juga gitu. Bosenin gitu.” (Informan R)</p> <p>“Kenapa sih para perancang membuat Pancasila sebegininya, apa pertimbangannya, apa yang mereka liat dari Indonesia kenapa Pancasila muncul, kemudian sila-sila ini isinya gimana. Lebih ke why nya sih. Itu sih menarik kalo dibuat. “Apalagi kalau bisa dibikin why-nya, karena kan berhubungan dengan filosofinya ya, dan itu penting banget sih buat gw filosofi dan gw belum dapat.” (Informan D)</p> <p>“Kaya misalnya kamu nonton youtubnya skinny Indonesia. Itu baru tu baru launching yang bodo amat, atau DPR apa ya aku lupa judulnya. Nah itu kan dia tidak ada challenge, tapi dia berangkat dari keresahan, nah kaya gitu, nah dan itu akan lebih</p>

Strategi Internalisasi Nilai Pancasila Pada Generasi Milenial
(Olga Sancaya Dyah Permatasari*, Margaretha Hanita, Hari Purwanto)

		<p><i>baik jika didukung dalam tanda petik, kita kan demokrasi ya, ya kalau dikritik jangan tersinggung, kan demokrasi, jadi semua orang berhak mengkritik.”</i> (Informan BL)</p> <p><i>“Kalau dialog aku suka sih dari orang-orang yang expert di bidangnya, punya pengalaman di bidangnya terkait pengamalan Pancasila. Karena orang-orang yang ekspert kan orang-orang yang sudah mengalami langsung dan ia mendalami, mengulang ulik dan meneliti itu.”</i> (Informan G)</p> <p><i>“Mengundang temen-temen yang berbeda agama. Cerita tentang spiritual mereka, perjalanan hidup mereka, aku merasa seperti diperkaya gitu. kita jadi terinspirasi. Jadi kaya banyak value yang disajikan daniel manantha dalam obrolan dia.”</i> (Informan L)</p> <p><i>“Kemudian menurut aku, lebih ke kenetralan, jadinya universal semua orang bisa menerima dalam keadaan apapun.”</i> (Informan BB)</p>
--	--	--

- 3) Sub-tema “Karakteristik host/narasumber” di dalamnya terdapat ragam pandangan yang memiliki pola berikut :

Tabel 3. Karakteristik host/narasumber

	Alasan / argumentasi oleh generasi milenial	Kutipan
Karakteristik host/narasumber	<p>a) Berwawasan luas: dapat membuka sudut pandang baru.</p> <p>b) Cara penyampaian: dapat mengupas topik secara detail dan runut, pemilihan kata yang diucapkan, dapat memberikan pertanyaan detail, mampu mengarahkan pembicaraan, dan dapat memberikan contoh konkret.</p>	<p><i>“Host yang mind opening, yang punya wawasan luas yang tidak aku pikirkan, sehingga untuk mencapai sudut pandang yang tidak aku pikirkan.”</i> (Informan B)</p> <p><i>“Nah gw tu suka sosok yang bisa mengupas, jd dimulai dari why nya dulu. Gw harapannya kaya why nya itu menarik ke sejarah, itu sih</i></p>

	<p>c) Figur yang dekat (<i>engagement</i>) dengan generasi milenial, bukan seorang <i>public enemy</i> dan dapat merepresentasikan dirinya nasionalis: dapat meningkatkan ketertarikan untuk menyimak, merasa dekat ketika menyimak.</p> <p>d) Seorang yang menguasai / ahli pada topik : kebutuhan untuk mendapatkan informasi yang kredibel</p> <p>e) Dapat menjadi model: memberikan <i>influence</i> untuk audiens mau ikuti atau tiru.</p>	<p>salah satu yang bikin gw pingin denger. Iya runut.” (informan D)</p> <p>“Suka yang berwawasan luas tapi dalam menyampaikannya menggunakan bahasa yang general atau universal. Dalam artian tidak menggunakan term-term yang hanya dia yang tahu, tapi kalau dia mau jelasin term-termnya juga bagus. Itu menurut aku lebih appreciate kepada orang yang bisa bahas sesuatu dengan bahasa yang sederhana dan universal. Contohnya menteri kita kesehatan yang sekarang, membuat orang bisa mudah memahami apa yang dia sampaikan. Daripada yang pake bahasa ketinggian tapi nggak paham katanya, belagu gitu kesannya. Orang nggak bisa ngerti.” (Informan G)</p> <p>“Pertama dia memang public figure yang memang cukup memberikan pengaruh, subjektif sih ini, tapi menurutku wawasan luas itu penting, tapi public figure yang membuat kita tu pengen liat ini orang, ya mungkin segmentasi dia hanya beberapa menonton aja, tapi setidaknya dia bisa memberikan dampak positif. Misalnya kaya Nicholas Saputra, Nadine Chandrawinata, ya memang mereka tu dan aku meyakini mereka cukup menghargai negaranya. Dengan Cara-cara Dian Sastro gitu misalnya kan itu hal-hal yang menarik ya. Karena dia cukup positif di situ. Tapi kan mereka cukup memiliki pandangan yang nasionalis, punya jiwa itu. Kalau kamu ngasih aku seorang ketua DPR / MPR.. ya mungkin hostnya public figure artis jadi menarik ya, cuma kalau hostnya bukan siapa-siapa nggak jadi menarik sih. Kaya kemarin itu Nadiem Makarim selalu melakukan IG live talkshow bersama dengan</p>
--	---	---

Strategi Internalisasi Nilai Pancasila Pada Generasi Milenial
(Olga Sancaya Dyah Permatasari*, Margaretha Hanita, Hari Purwanto)

		<i>beberapa artis. Itu kan menarik dan itu akan cara-cara kamu mau menggaet angkatan-angkatan kita kan. Jadi bisa light penyampaiannya.” (Informan A).</i>
--	--	--

Temuan, pada sub-tema “Isi Konten” dan “Karakteristik host/narasumber” memberikan gambaran secara lengkap, harapan generasi milenial berkaitan dengan metode penyampaian nilai-nilai Pancasila. Karakteristik host/narasumber yang dipaparkan di atas menunjukkan bahwa generasi milenial membutuhkan figur-figur yang kompeten baik dari sisi keahlian maupun kemampuannya dalam menyampaikan suatu informasi. Figur-figur tersebut yang juga menjadi harapan generasi milenial untuk dapat menyampaikan nilai-nilai Pancasila dalam cara yang lebih mudah dipahami dan juga dapat mendorong mereka untuk mengikuti atau meniru hal-hal positif yang disampaikan atau dilakukan oleh host/narasumber.

Teori kognisi sosial menjelaskan jika manusia termasuk fleksibel dan mampu mempelajari berbagai sikap, kemampuan, dan perilaku yang seringkali dipelajari melalui observasi. Modeling menjadi penting dalam proses pembelajaran observasi, modeling tidak hanya

sekedar melakukan imitasi tetapi juga meliputi proses kognitif (Bandura dalam Feist & Feist, 2010)

Terdapat beberapa faktor yang menentukan seseorang akan belajar dari model dalam suatu situasi. Pertama, pentingnya karakteristik model. Salah satunya adalah orang akan cenderung mengikuti orang dengan status yang lebih tinggi, yang lebih kompeten, atau yang lebih memiliki kekuatan. Kedua, mereka yang menjadi pihak yang mengobservasi tidak memiliki kemampuan ataupun status untuk melakukan modeling. Ketiga, konsekuensi dari perilaku yang akan ditiru berpengaruh. Semakin besar nilai yang diberikan oleh pengamat terhadap perilaku yang diamati, semakin besar kemungkinan bahwa orang tersebut akan meniru perilaku tersebut (Feist & Feist, 2010).

- 4) Sub-tema “Gaya belajar” di dalamnya terdapat ragam pandangan yang memiliki pola berikut :

Tabel 4. Gaya Belajar

Gaya Belajar	Alasan atau argumentasi	Kutipan
1) Visual-auditory	<ul style="list-style-type: none"> a) Mudah untuk dipahami daripada membaca; b) Pemahaman semakin lengkap; c) Tidak perlu untuk membayangkan situasi; d) Bisa melihat ekspresi sehingga menjadi lebih bersemangat; e) Contoh dapat lebih mudah dilihat, Bisa sekalian praktek (ada hubungannya dengan kinestetik). 	<p><i>“Kalau visual itu menurut aku juga ada gambar nyatanya. Jadi aku lebih paham lagi, bahwa selain bacaan jadi aku kaya visual kan kaya konteks langsung dikasih misalnya kaya dengerin dongeng kancil berlari dengan seekor kura-kura itu aku masih ada sepersekian detik untuk aku membayangkan situasi dimana kancil dan kura-kura ini. tapi kalau udah ada visualnya aku lebih ringan kayak tinggal lihat aja itu, oo disitu.” (Informan N)</i></p> <p><i>“Visual dan auditory, karena lebih mudah dicerna ajagitu, tapi akan lebih kompleks ketika proses mencernanya adapenekanan lebih</i></p>

		<p>dalam lagi, misalkan kita melihat gambar orang lagi jalan bersalaman kalau tidak ada komunikasi kankita ga tau mereka lagi apa sih? Soalnya kan ga ada penjelasan. Semakin lengkap kan jadinya untuk pemahamannya.” (Informan A)</p>
--	--	---

Idrizi & Filiposka (2018) menjelaskan bahwa belajar adalah suatu proses kompleks untuk mencapai pengetahuan atau keterampilan yang melibatkan karakteristik/indera biologis individu (dimensi fisiologis); karakteristik kepribadian seperti perhatian, emosi, motivasi (dimensi afektif); dimensi kognitif; dan perbedaan psikologis individu (dimensi psikologis).

Dari analisis dan hasil ditemukan bahwa generasi milenial memiliki kecenderungan gaya belajar dengan mengkombinasikan lebih dari satu gaya belajar. Namun dapat dilihat bahwa preferensi gaya belajar yang selalu diminati adalah visual dan auditori. Sehingga hal ini dapat menjadi pertimbangan dalam merancang strategi untuk selalu menyertakan kedua gaya belajar tersebut dalam upaya internalisasi Pancasila.

Sejalan dengan Nasrullah (2018) internet dan ruang siber selain berfungsi mengakomodasi kebutuhan-kebutuhan pada individu, juga memunculkan apa yang dinamakan sebagai komunitas virtual atau *virtual community*, yang mana komunitas ini terbentuk bukan dari elemen-elemen dari dunia nyata atau sebagaimana para sosiolog melihat bagaimana terbentuknya komunitas.

Strategi Internalisasi Nilai-Nilai Pancasila

Strategi internalisasi nilai-nilai Pancasila yang dapat diupayakan berdasarkan temuan penelitian ini adalah pemanfaatan internet dan media digital (*digital platform*/media sosial) dengan figur/aktor yang dapat dijadikan modeling oleh masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian, direkomendasikan untuk menggunakan strategi komunikasi *mass communication theory* dengan pendekatan *framing theory*. Entman (1993) mendefinisikan *framing* sebagai proses dimana beberapa aspek realitas dipilih kemudian diberi penekanan yang lebih besar, sehingga masalah dapat didefinisikan, penyebabnya dapat didiagnosa, muncul penilaian moral dan solusi

serta tindakan yang tepat diusulkan. *Framing* mengacu pada proses di mana seseorang membangun suatu konsep tentang suatu masalah tertentu atau mengubah cara mereka memikirkan masalah tersebut. (Chong & Druckman, 2007).

Lebih lanjut, media komunikasi massa secara kolektif dipandang sebagai sarana utama kontrol dan mobilisasi banyak orang, dengan kapasitas untuk membentuk "*mass identity*" individu yang terpecah-pecah dan menimbulkan "*mass behavior*" di bidang politik, kepercayaan, dan konsumsi (McQuail, 2015). Sebuah *frame* diperlukan untuk mengatur suatu informasi yang terpisah-pisah. Fokus utama *Framing theory* adalah bagaimana media memilih topik yang menarik perhatian masyarakat, atau dikenal dengan istilah *agenda setting*, dan langkah selanjutnya adalah menciptakan suatu kerangka berpikir atau *frame*, yang membantu audiens memahami informasi tersebut dengan lebih baik. *Framing* menjadi salah satu cara untuk memberikan beberapa interpretasi keseluruhan pada suatu hal dengan cara lain pada satu isu atau hal yang sama (McQuail, 2015).

Strategi internalisasi ini tentu memanfaatkan media digital sebagai media utama, baik itu dalam bentuk video *podcast*, video diskusi, film, film *mini series*, iklan, maupun foto atau infografis. Termasuk ketika akan mengunggahnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan *platform* digital, seperti Instagram dan Youtube sebagai *platform* yang paling diminati generasi millennial. *Framing* memungkinkan untuk menggunakan beragam cara berbeda namun secara halus dan memberikan efek kuat kepada audiens (Tankard, 2001). *Frame* dapat membuat sebuah informasi menjadi lebih sederhana dan tetap mengandung arti dari sebuah *events*, dan juga menjaga ketertarikan audiens (Valkenburg, Semetko, & De Vreese, 1999).

Platform memudahkan pemilik

kepentingan/aktor untuk dapat langsung terkoneksi dengan masyarakat tanpa perantara institusi media. Perubahan besar pada komunikasi secara keseluruhan membuat kita harus melakukan pembaharuan *framing*, bagaimana orang berkomunikasi satu sama lain dalam kelompok, keluarga, dan organisasi, bagaimana meng asimilasi budaya (Entman & Usher, 2018). Menggunakan *framing* dalam menyampaikan sebuah interpretasi pada suatu hal dapat memberikan dampak signifikan jika audiens sebelumnya sudah memiliki *mental schemas* pada informasi yang diberikan (Scheufele & Iyengar, 2012). Himpunan dimensi untuk mempengaruhi evaluasi individu adalah "*frame in thought*". Hal ini (*frame in thought*) memiliki dampak yang nyata pada kerangka berpikir dan opini seseorang secara keseluruhan (Chong & Druckman, 2007).

Selain itu, mempertimbangkan variabel gaya belajar generasi milenial yang lebih kepada visual-auditori dapat diakomodasi dengan menggunakan media digital. Hal ini berhubungan dengan poin penting dalam proses *framing*, yaitu motivasi individual. Dengan mengetahui gaya belajar yang diminati oleh generasi milenial saat ini, setidaknya dapat meningkatkan kemungkinan proses internalisasi Pancasila. Perlu untuk mempertimbangkan variabel lain, yaitu karakteristik host/narasumber, isi konten, dan durasi. Chong & Druckman (2007) menjelaskan bahwa *framing* memiliki beberapa poin penting yang harus diperhatikan, yaitu *strength*, motivasi individual, moderator-yang mencakup nilai (*values*), frame disampaikan oleh sumber yang kredibel, dan komunikator, durasi, dan repetisi. Faktor-faktor di atas, memiliki peran dalam memperkuat efek *framing* akan suatu isu kepada audiens dengan hasil yang lebih tinggi untuk diterima sehingga terjadi perubahan persepsi yang dapat membawa pada perubahan sikap dan perilaku.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini menggambarkan pola berpikir generasi milenial yang cenderung kritis membuat mereka menjadi individu yang tidak mudah untuk dipaparkan pada hal-hal yang tidak logis/konkret. Berpikir kritis yang dimiliki oleh generasi milenial membuat mereka berani untuk *speak up* pada hal-hal yang mereka persepsikan tidak sesuai atau tidak logis, bahkan bisa sampai mempertanyakan relevansi kemudian proses ini yang dapat menimbulkan mosi tidak percaya

baik itu kepada ideologi Pancasila maupun kepada pemerintah atau siapapun yang dianggap menyimpang (hal ini perlu untuk melihat demografi, karena mungkin saja dapat berbeda). Berhubungan dengan karakteristik host/narasumber, hal tersebut perlu untuk menjadi perhatian yang tidak boleh dilupakan dalam konteks internalisasi Pancasila. Melalui penelitian ini diketahui bahwa generasi milenial sangat membutuhkan seorang figur/host/narasumber yang dapat mereka contoh dan percaya informasinya, yang mana hal ini menjadi salah satu pola generasi milenial di Indonesia. Adapun perhatian lain, yaitu pada generasi milenial dengan jenjang pendidikan tertentu, hal tersebut diduga berpengaruh terhadap segmentasi figur yang diharapkan dan bahkan mungkin isi konten. Ketiadaan figur yang dapat memfasilitasi kebutuhan tersebut dapat menghambat proses internalisasi dan minat generasi milenial untuk tertarik mempelajari dan menghayati nilai Pancasila. Dalam hal ini, perlu untuk berhati-hati memilih figur yang tepat dan tuntutan yang diberikan kepada pemerintah untuk dapat memberikan contoh implementasi nilai-nilai Pancasila, diduga juga memiliki dampak yang cukup besar terhadap generasi milenial di Indonesia.

Kemudian, untuk memperkuat poin penting repetisi pada konsep *framing*, dapat didukung dengan menggunakan penerapan konsep *Mere exposure effect*. Zajonc (1968) menjelaskan bahwa paparan berulang dari individu ke stimulus adalah suatu kondisi yang cukup untuk meningkatkan sikapnya terhadap perilaku yang diinginkan dan memunculkan keakraban ke arah menyukai. Proses di dalam *mere exposure effect* sangat halus, tidak hanya memberikan efek peningkatan rasa suka tetapi juga dapat berpengaruh terhadap penilaian dan perasaan kita terhadap stimulus (rangsangan) tersebut (Bornstein & Craver-Lemley, 2016).

Mere exposure effect dapat meningkat manfaat yang semakin besar kepada audiens jika penggunaan kata-kata dengan makna positif lebih banyak dipaparkan secara berulang. Monahan, Murphy, & Zajonc (2000) menjelaskan bahwa kata-kata dengan makna positif memiliki makna yang lebih tinggi daripada kata-kata dengan arti negatif, makna positif yang dipaparkan berulang jauh lebih berpengaruh terhadap perubahan persepsi daripada pemaparan berulang makna negatif. Salah satu upaya yang bisa dilakukan dengan

menggunakan *framing-Mere exposure effect*-Media digital-gaya belajar-dan variabel penting dalam pengemasan informasi, yaitu contoh dengan mengambil satu permasalahan atau hambatan yang dirasakan oleh generasi milenial dalam penelitian ini, seperti sila keempat dan kelima yang dianggap hanya pemerintah yang dapat mengimplementasikannya. Kemudian informasi yang dipaparkan dengan tema tersebut, diambil satu contoh penerapan atau contoh kasus bahwa sila keempat dan kelima dapat diterapkan oleh generasi milenial yang tidak menjadi seorang pejabat pemerintahan. *Framing* tersebut dapat dikemas ke dalam bentuk *video podcast / podcast* dengan narasumber generasi milenial atau tokoh yang dikenal oleh generasi milenial yang bercerita mengenai kontribusinya pada sila keempat dan kelima atau salah satu.

Contoh lain yang dapat dilakukan adalah diskusi (*video podcast / podcast*) yang memberikan gambaran atau sudut pandang berbeda mengenai asosiasi Pancasila dengan pemerintah atau Pancasila yang dipandang terlalu filosofis dan sulit dipahami. *Framing* juga dapat dikemas ke dalam bentuk film atau mini-series (tetap juga memperhatikan variabel penting seperti visual, aktor, durasi, dan konten) sehingga dapat lebih menarik untuk disimak oleh generasi milenial namun tetap memiliki tujuan yang sama yaitu merubah persepsi negatif generasi milenial terhadap Pancasila.

SIMPULAN

Hingga saat ini, Pancasila masih relevan dan menjadi arah pedoman masyarakat hanya saja perlu menyesuaikan cara penyampaian sesuai perkembangan zaman. Strategi internalisasi nilai-nilai Pancasila kepada generasi milenial yang sesuai dapat menjadi sebuah cara yang baik agar nilai-nilai Pancasila dapat kembali diyakini, dipahami, dan diamalkan, sehingga hasilnya lebih efektif dan berdampak pada pembentukan generasi yang berkepribadian berlandaskan Pancasila dan ketahanan nasional gatra ideologi semakin meningkat.

Strategi internalisasi yang disarankan adalah dengan pemanfaatan media digital, dikemas ke dalam berbagai bentuk (podcast, film, diskusi, dll). Adapun berbagai komponen penting yang perlu diperhatikan, meliputi karakteristik host/narasumber dan isi konten. Selain itu, perhatian terhadap gaya belajar generasi milenial yang cenderung menggunakan gaya

belajar kombinasi visual-auditori dapat sangat bermanfaat dalam merancang strategi internalisasi nilai Pancasila.

Perubahan zaman, di sisi lain juga memengaruhi karakteristik generasi sehingga dalam internalisasi nilai Pancasila perlu untuk menambahkan contoh-contoh konkret, relate, dan aplikatif dalam kehidupan sehari-hari.

Beberapa saran tambahan kepada lembaga/institusi/Badan Milik Pemerintah dan beragam agen sosial dalam merancang strategi internalisasi nilai-nilai Pancasila, yaitu dengan memanfaatkan media digital yang dikemas ke dalam beragam bentuk / sarana. Strategi ini disusun dengan menggunakan dasar konsep teori:

- 1) *Framing Theory*: dimaksudkan untuk kembali melakukan penataan narasi yang akan disajikan mengenai tema-tema nilai Pancasila sehingga menjadi lebih mudah untuk dipahami namun tetap tidak menghilangkan substansi penting.
- 2) *Mere exposure effect*: melakukan repetisi / pengulangan narasi yang sudah dikemas ke dalam beragam bentuk mengenai nilai-nilai Pancasila dapat meningkatkan familiaritas dan keakraban generasi milenial terhadap nilai-nilai Pancasila. Sehingga pemahaman dan apresiasi semakin terwujud.
- 3) Teori Kognisi Sosial - Pembelajaran observasi dan *Modeling*: membantu generasi milenial untuk mendapatkan contoh dan model konkret yang dapat ditiru, dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seorang tokoh/figur yang dapat memberikan contoh dalam pengaplikasian nilai-nilai Pancasila sangat dibutuhkan.

Hal ini perlu dipertimbangkan sebagai upaya untuk membuat nilai-nilai Pancasila menjadi lebih mudah untuk diterima dan dipahami oleh generasi milenial.

Penemuan di dalam penelitian ini tentu tidak dapat sepenuhnya menggambarkan seluruh pengalaman dan persepsi generasi milenial terhadap strategi internalisasi nilai-nilai Pancasila. Namun, penelitian ini berkontribusi pada pandangan baru mengenai topik Pancasila dan generasi milenial, sehingga pada penelitian di masa mendatang dapat dijadikan salah satu pertimbangan untuk melakukan penelitian

serupa dengan menggunakan metode kuantitatif, agar mendapatkan gambaran yang jauh lebih representatif mengenai generasi milenial dan persepsinya terhadap Pancasila.

DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, D., Fathari, F., Anggara, J. W., & Al Amin, M. D. A. (2020). Pengamalan nilai-nilai Pancasila bagi generasi milenial. *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial dan Politik (JISoP)*, 2(1), 11-18. <http://dx.doi.org/10.33474/jisop.v2i1.4945>
- Bornstein, R. F., & Craver-Lemley, C. (2016). Mere exposure effect. *Cognitive illusions: Intriguing phenomena in judgement, thinking and memory*, 256. ISBN: 9781315696935
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and social psychology bulletin*, 34(10), 1303-1314. doi.org/10.1177/0146167208320
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annu. Rev. Polit. Sci.*, 10, 103-126. doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054
- DeVaney, S. A. (2015). Understanding the millennial generation. *Journal of Financial Service Professionals*, 69(6). https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/47184865/understanding_the_Millennial_generation.pdf?1468324075=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D2OB_DIAL1_Understanding_the_Millennial_G.pdf&Expires=1601911509&Signature=DbBZ-35zWdz5gm-yDbfKUmmzgo1gh4NaVELk7ZeJW63nGNE78S1747PMx6v8j3Z6F4O2MPPrwfQB9IdtRvbVXE1vVEdyjcn-kFbPBrxMGhxFsg5hzJRq6ITEBx6XCvv7qWnBioRX6ZnYgDU3ErvJJASit43nRHDs1LDCEJJ4zBC9-b1VtdObV9ZJlLguMdnP0GIDHmEP2ZSi7uHQq2Jgz1aDtvNkUmJmPZzsWv8Ni40eTS~WQuPX5ZOObdWRBI1-i1xjqyqdoQTKBCI7WPbm2n0l9yTARxJ-x8~xxnUPbogPcYJRtr096t0tBbQhifB5IUg0S8XtDWj~24p3UCtoT-A_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- doi.org/10.1111/1467-9280.00289
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Entman, R. M., & Usher, N. (2018). Framing in a fractured democracy: Impacts of digital technology on ideology, power and cascading network activation. *Journal of Communication*, 68(2), 298-308. doi.org/10.1093/joc/jqx019
- Feist & Feist. (2010). *Teori kepribadian* (7th ed.). Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Flanagin, A., & Metzger, M. (2006). *Internet use in the contemporary media environment*. *Human Communication Research*, 27(1), 153-181. [doi:10.1111/j.1468-2958.2001.tb00779.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2001.tb00779.x)
- Gross, K., & D'ambrosio, L. (2004). Framing emotional response. *Political Psychology*, 25(1), 1-29. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9221.2004.00354.x>
- Hanum, F. F. (2019). PENDIDIKAN PANCASILA BAGI GENERASI MILENIAL. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL "REAKTUALISASI KONSEP KEWARGANEGARAAN INDONESIA"* (Vol. 1, pp. 72-81). FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI MEDAN. ISSN: 978-623-92463-0-3
- Happer, C., & Philoa, G. (2013). The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change. *Journal of Social and Political Psychology*, 1(1), 321-336. doi.org/10.5964/jspp.v1i1.96
- Hartono, D. (2020). Fenomena Kesadaran Bela Negara Di Era Digital Dalam Perspektif Ketahanan Nasional. *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, 8(1), 15-34. <https://prosiding.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/view/9>
- Hawk, T. F., & Shah, A. J. (2007). Using learning style instruments to enhance student learning. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 5(1), 1-19. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-4609.2007.00125.x>
- Held, D., & McGrew, A. (2000). *The global transformations reader* (Vol. 13). Cambridge: Polity Press.

- Idrizi, E., & Filiposka, S. (2018). VARK Learning Styles and Online Education: Case Study. *Learning*, 5-6.
- Igbaria, M., Shayo, C., & Olfman, L. (1998). Virtual societies: Their prospects and dilemmas. <https://psycnet.apa.org/record/1998-06638-009>
- Kementerian Badan Pembangunan Nasional (Bappenas). (2017). Siaran Pers : Bonus Demografi 2030-2040 : Strategi Indonesia Terkait Ketenagakerjaan dan Pendidikan. https://www.bappenas.go.id/files/9215/0397/6050/Siaran_Pers_-_Peer_Learning_and_Knowledge_Sharing_Workshop.pdf
- Latif, Y. (2013). *Negara paripurna*. Gramedia Pustaka Utama.
- Latif, Y. (2018). *Wawasan Pancasila: bintang penuntun untuk kebudayaan*. Mizan.
- Linkov, I., Trump, B. D., & Fox-Lent, C. (2016). Resilience: Approaches to risk analysis and governance. *An edited collection of authored pieces comparing, contrasting, and integrating risk and resilience with an emphasis on ways to measure resilience*, 6.
- McQuail, D. (2015). Mass communication. *The International Encyclopedia of Political Communication*, 1-12. doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc155
- Monahan, J. L., Murphy, S. T., & Zajonc, R. B. (2000). Subliminal mere exposure: Specific, general, and diffuse effects. *Psychological Science*, 11(6), 462-466.
- Monggilo, Zainuddin Muda Z., Kurnia, Novi., & Banyumurti, Indriyatno. (2020). Panduan Literasi Media Digital dan Keamanan Siber. Direktorat Pengendalian Informasi, Investigasi, dan Forensik Digital Badan Siber dan Sandi Negara.
- Moreland, R. L., & Zajonc, R. B. (1982). Exposure effects in person perception: Familiarity, similarity, and attraction. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18(5), 395-415. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(82\)90062-2](https://doi.org/10.1016/0022-1031(82)90062-2)
- Nasrullah, R. (2018). *Khalayak Media Identitas, Ideologi Dan Perilaku Pada Era Digital*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Palfrey, J. G., & Gasser, U. (2011). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. ReadHowYouWant. Com.
- Patton, M. Q. (2014). What brain sciences reveal about integrating theory and practice. *American Journal of Evaluation*, 35(2), 237-244. doi.org/10.1177/1098214013503700
- Putra, Y. S. (2017). *Theoretical review: Teori perbedaan generasi*. *Among Makarti*, 9(18). [dx.doi.org/10.52353/ama.v9i2.142](https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142)
- Pyöriä, P., Ojala, S., Saari, T., & Järvinen, K. M. (2017). The millennial generation: a new breed of labour?. *sage Open*, 7(1), DOI: 10.1177/2158244017697158
- Qodir, Z. (2016). Kaum muda, intoleransi, dan radikalisme agama. *Jurnal Studi Pemuda*, 5(1), 429-445. doi.org/10.22146/studipemudaugm.37127
- Rakhmat, J. (2019). *Psikologi Komunikasi*, edisi Revisi. Bandung. PT. Remaja Rosadakarya Offset.
- Samsuri, S. (2011). Kebijakan Pendidikan Kewarganegaraan Era Reformasi di Indonesia. *Cakrawala Pendidikan*, (2), 78213. DOI: 10.21831/cp.v0i2.4233
- Santosa, Edi. (2020). *Mendidik Generasi Milenial Cerdas Berkarakter*. Yogyakarta. PT. Kanisius.
- Saripurnawan, D. (2020). Menakar Rasa Nasionalisme Generasi Muda Indonesia (Measuring the Sense of Nationalism of Indonesian young generation). *Masyarakat Indonesia*, 45(1), 93-105. e-ISSN: 2502-5694
- Savci, M., Turan, M. E., Griffiths, M. D., & Ercengiz, M. (2019). Histrionic personality, narcissistic personality, and problematic social media use: Testing of a new hypothetical model. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-19.
- Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2012). The state of framing research: A call for new directions. *The Oxford Handbook of Political Communication Theories*. New York: Oxford University Press, 1-26. doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.47
- Solík, M., Višňovský, J., & Luluhova, J. (2013).

- Media as a tool for fostering values in the contemporary society. *European Journal of Science and Theology*, 9(6), 71-77.
http://www.ejst.tuiasi.ro/Files/42/8_Soluk%20et%20al.pdf
- Sugiharto, S., & Setiawan, D. (2015). Pemanfaatan Bonus Demografi melalui Peningkatan Indeks Pembangunan Manusia di Sumatera Utara. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1), 1-12.
doi.org/10.24114/jupiis.v7i1.2268
- Suradinata, E. (2001). GEOPOLITIK DAN GEOSTRATEGI DALAM MEWUJUDKAN INTEGRITAS NEGARA KESATUAN REPUBLIK INDONESIA. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 6(2001).
doi.org/10.22146/jkn.22056
- Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 95-106. eBook ISBN: 9781410605689.
- Tapscott, D. (2008). *Grown up digital*. Boston: McGraw-Hill Education.
- Valkenburg, P. M., Semetko, H. A., & De Vreese, C. H. (1999). The effects of news frames on readers' thoughts and recall. *Communication research*, 26(5), 550-569.
<https://doi.org/10.1177/009365099026005002>
- Wahidin, Samsul. (2020). *Garis Lurus Pendidikan Pancasila dan Pendidikan Kewarganegaraan*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Wisnuhardana, Alois. (2018). *Anak Muda dan Medsos : Memahami Geliat Anak Muda, Media Sosial, dan Kepemimpinan Jokowi Dalam Ekosistem Digital*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yudhanti, R. (2016). Pancasila dan Berbagai Permasalahan Aktual. *Law Research Review Quarterly*, 2, 599-610. ISSN (Online) 2614-3569
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of personality and social psychology*, 9(2p2), 1.
doi.org/10.1037/h0025848
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of personality and social psychology*, 9(2p2), 1.
<https://psycnet.apa.org/record/1968-12019-001>
- Website**
- 3 Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan Pelanggan 3 Indonesia. Diakses pada 3 Oktober 2020.
<https://gaya.tempo.co/read/1361332/3-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-pelanggan-3-indonesia/full&view=ok>
- Hootsuite (We are Social) : Indonesia Digital Report 2020. Diakses pada 3 Oktober 2020. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Hootsuite. Digital 2020 Global Overview Report. Diakses pada 3 Oktober 2020. <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- <https://www.pewresearch.org/social-trends/2010/02/24/millennials-confident-connected-open-to-change/>