

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pemilihan umum dalam sistem demokrasi berperan penting dalam menentukan pemimpin. Menurut Kartini Kartono dalam (Shabrina, 2023) pemimpin memiliki pengaruh besar terhadap aktivitas kelompok dan memainkan peran penting dalam merumuskan serta mencapai tujuan bersama. Dalam konteks demokrasi, pemilu memungkinkan masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya guna menentukan pemimpin yang sesuai dengan aspirasi mereka.

Di Indonesia, penyelenggaraan pemilu menjadi tugas Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagaimana diatur *Pasal 18 dan 19, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum* (Semarang, 2025). KPU berperan dalam memastikan pemilu berjalan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Sebagai lembaga independen, KPU bertanggung jawab dalam menyelenggarakan pemilu di berbagai tingkat, termasuk pemilihan presiden, kepala daerah, dan legislatif. Di Kota Semarang, KPU Kota Semarang memiliki tugas strategis dalam meningkatkan kesadaran politik masyarakat melalui sosialisasi sistem pemilu, hal ini merupakan salah satu tugas dari bidang Sosial Partisipasi Masyarakat (sosparmas).

Salah satu tantangan utama dalam pemilu adalah tingginya angka Golongan Putih (Golput), Golongan putih (golput) merujuk pada sikap ketidakikutsertaan dalam pemilihan umum dengan tidak menggunakan hak suara yang dimiliki. Fenomena ini biasanya muncul sebagai bentuk protes terhadap sistem politik yang ada atau ketidakpercayaan terhadap calon yang tersedia dalam pemilu. Dalam perspektif hukum Indonesia, golput tidak dianggap sebagai tindakan ilegal, melainkan sebagai bagian dari kebebasan hak asasi manusia dalam memilih untuk tidak memilih. Dalam pandangan beberapa ulama dan teori politik, golput dapat dianggap sebagai sikap yang tidak bertanggung jawab, karena menghindari kewajiban untuk turut serta dalam menentukan masa depan negara. Penelitian yang

ada menunjukkan bahwa golput dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk ketidakpercayaan terhadap partai politik, rasa tidak puas terhadap proses politik, atau ketidakpedulian terhadap hasil pemilu yang dirasa tidak signifikan (Harpinsyah, 2021, pp. 165-166). Tingginya angka golput, terutama di kota-kota besar seperti Semarang, menunjukkan perlunya peningkatan edukasi politik agar masyarakat lebih sadar akan pentingnya menggunakan hak pilih mereka. Dalam mengatasi tantangan tersebut, KPU terus berupaya meningkatkan sosialisasi dan memberikan akses informasi yang lebih luas guna memperkuat demokrasi serta memastikan partisipasi masyarakat dalam pemilu.

Tabel 1 .1 Data Hasil Rekapitulasi Pilkada 2024

Kecamatan	Jumlah Daftar Pemilih Tetap	Jumlah Daftar Pemilih Tetap yang menggunakan Hak Pilihnya	Presentase
	L+P	L+P	L+P
Semarang Tengah	45.097	29.626	66%
Semarang Utara	89.724	65.254	73%
Semarang Timur	53.554	35.998	67%
Gayamsari	53.125	37680	71%
Genuk	91.356	67.151	74%
Pedurungan	147.681	102.780	70%
Semarang Selatan	51.037	34.515	68%
Candisari	57.909	41.076	70%
Gajahmungkur	43.891	30.291	71%
Tembalang	141.375	98.294	76%
Banyumanik	106.779	76.106	70%
Gunungpati	74.789	57.064	72%
Semarang Barat	115.551	80.712	74%
Mijen	60.037	43.261	72%
Ngaliyan	108.442	80.136	74%
Tugu	24.845	18.448	74%
Total	1.265.192	898.392	71%

Tabel 1 . 2 Data Hasil Rekapitulasi Pilkada 2020

Kecamatan	Jumlah Daftar Pemilih Tetap	Jumlah Daftar Pemilih Tetap yang menggunakan Hak Pilihnya	Presentase
	L+P	L+P	L+P
Semarang Tengah	44.788	26.463	59%
Semarang Utara	85.905	65.880	77%
Semarang Timur	52.683	33.979	64%
Gayamsari	50.811	36.327	71%
Genuk	80.317	56.455	70%
Pedurungan	137.510	88.293	64%
Semarang Selatan	48.434	31.335	65%
Candisari	56.137	38.123	68%
Gajahmungkur	41.616	26.999	65%
Tembalang	125.288	84.982	68%
Banyumanik	98.883	63.205	64%
Gunungpati	66.664	49.652	74%
Semarang Barat	111.786	72.587	64%
Mijen	52.283	37.627	72%
Ngaliyan	97.339	70.054	72%
Tugu	23.624	16.984	72%
Total	1.174.068	798.945	68%

Berdasarkan data hasil rekapitulasi Pilkada Kota Semarang tahun 2020 dan 2024, terlihat adanya peningkatan partisipasi pemilih dari 68% pada tahun 2020 menjadi 71% pada tahun 2024. Meskipun mengalami kenaikan, angka ini masih menunjukkan bahwa hampir 30% dari total daftar pemilih tetap (DPT) tidak menggunakan hak pilihnya. Hal ini menandakan bahwa fenomena golongan putih (golput) masih menjadi permasalahan yang signifikan dalam proses demokrasi di Kota Semarang.

Tingkat partisipasi yang belum mencapai angka ideal ini menunjukkan adanya tantangan yang harus segera diatasi, seperti kurangnya sosialisasi, minimnya edukasi politik, serta masih rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemilu. Kenaikan partisipasi sebesar 3% dari Pilkada 2020 ke 2024 bisa menjadi indikasi bahwa ada upaya peningkatan kesadaran politik, tetapi tidak cukup signifikan untuk menjamin keterlibatan maksimal masyarakat dalam pemilu. Mengacu pada table 1.1 Peningkatan persentase pada pemilihan Kepala Daerah tidak sebanding dengan hasil Pemilihan Presiden pada tabel 1.3

Tabel 1.3 Data Hasil Rekapitulasi Pemilu 2019

Kecamatan	Jumlah Daftar Pemilih Tetap	Jumlah Daftar Pemilih Tetap yang menggunakan Hak Pilihnya	Presentase
	L+P	L+P	L+P
Semarang Tengah	44.506	35.272	80%
Semarang Utara	84.583	70.650	84%
Semarang Timur	55.465	44.573	80%
Gayamsari	52.598	42.955	82%
Genuk	77.262	66.727	86%
Pedurungan	136.884	113.140	83%
Semarang Selatan	50.177	40.322	80%
Candisari	57.262	47.584	83%
Gajahmungkur	42.360	34.735	82%
Tembalang	124.646	102.985	83%
Banyumanik	99.358	81/027	82%
Gunungpati	64.588	56.689	88%
Semarang Barat	114.295	94.043	82%
Mijen	49.613	42.459	86%
Ngaliyan	99.070	83.161	84%
Tugu	23.407	20.407	87%
Total	1.176.074	976.365	80%

Tabel 1.4 Data Hasil Rekapitulasi Pemilu 2024

Kecamatan	Jumlah Daftar Pemilih Tetap	Jumlah Daftar Pemilih Tetap yang menggunakan Hak Pilihnya	Presentase
	L+P	L+P	L+P
Semarang Tengah	43.932	34.309	78%
Semarang Utara	86.374	71.149	82%
Semarang Timur	53.054	42.331	80%
Gayamsari	53.492	43.313	81%
Genuk	88.830	75.821	85%
Pedurungan	144.764	118.450	82%
Semarang Selatan	50.653	39.931	79%
Candisari	53.736	47.054	88%
Gajahmungkur	43.935	35.152	80%
Tembalang	137.797	113.630	82%
Banyumanik	105.967	86.064	81%
Gunungpati	72.786	62.978	87%
Semarang Barat	111.182	91.579	82%
Mijen	58.177	48.833	84%
Ngaliyan	105.967	88.687	84%
Tugu	25.023	20.891	83%
Total	1.235,669	1.020,172	83%

Berdasarkan data hasil rekap pada Pemilu 2024, tingkat partisipasi pemilih di Kota Semarang mencapai 83%, mengalami kenaikan dari Pemilu 2019 yang berada di angka 80%. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya. Namun, jika dibandingkan dengan Pilkada Kota Semarang yang hanya mencapai 71% pada tahun 2024, terlihat bahwa pemilih lebih cenderung aktif dalam Pemilu dibandingkan Pilkada. Perbedaan ini mengindikasikan adanya faktor yang mempengaruhi minat pemilih dalam dua jenis pemilihan yang berbeda.

Meskipun terdapat peningkatan partisipasi dalam Pemilu, angka golput masih menjadi perhatian serius. Dalam konteks Pilkada, angka golput yang lebih

tinggi mengindikasikan perlunya strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pemilihan kepala daerah. Dalam wawancara bersama Risky Adi Pamungkas, staf bidang sosial partisipasi masyarakat (25/4), partisipasi dikatakan tinggi pada angka 75%. Permasalahan penurunan angka partisipasi pada pemilihan Kepala Daerah dan Presiden masih menjadi isu utama. Beberapa penelitian telah mengidentifikasi berbagai faktor yang menyebabkan partisipasi dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) lebih tinggi dibandingkan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Salah satu alasan utama adalah skala dan dampak politik yang lebih luas dari Pilpres, yang mencakup kebijakan nasional yang lebih langsung mempengaruhi kehidupan masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa masyarakat cenderung lebih terlibat dalam Pilpres karena pemilihan ini memilih pemimpin negara yang akan mempengaruhi banyak aspek kehidupan, mulai dari kebijakan ekonomi hingga luar negeri. Selain itu, media nasional lebih intensif dalam mengampanyekan Pilpres, yang juga meningkatkan ketertarikan masyarakat. Sebaliknya, Pilkada cenderung memiliki pengaruh yang lebih terbatas pada tingkat lokal, yang mempengaruhi minat dan partisipasi pemilih. Hal ini didukung oleh studi yang menemukan bahwa ketertarikan terhadap calon presiden yang lebih terkenal dan kemampuan partai politik untuk menarik perhatian secara nasional menjadikan Pilpres lebih menarik bagi pemilih dibandingkan Pilkada (Willy Tri Hardianto, 2022)

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang telah melaksanakan berbagai upaya untuk meningkatkan partisipasi pemilih, salah satunya dengan mengatasi tingginya angka golongan putih (golput). Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah edukasi politik, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menggunakan hak suara dalam pemilu. Hal ini sejalan dengan penelitian Irawan (dalam Yenni Tria Lestari et al., 2024) menunjukkan bahwa program pendidikan pemilih yang komprehensif dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang proses pemilihan dan mendorong partisipasi aktif mereka. Sebagai bentuk implementasinya, KPU Kota Semarang melalui bidang Sosial Partisipasi Masyarakat menjalankan program edukasi dengan memanfaatkan peran kehumasan. Beberapa kegiatan yang dilakukan

antara lain adalah sosialisasi di kampus-kampus, diskusi publik, serta pemanfaatan media sosial untuk menjangkau pemilih pemula.

Pendidikan politik bertujuan tidak hanya untuk mengajarkan cara memilih, tetapi juga untuk membangun kesadaran kritis masyarakat terhadap isu sosial dan politik. Individu dengan pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih aktif dalam politik karena mereka memahami pentingnya hak suara dan partisipasi dalam pemilu. Mereka juga lebih menyadari konsekuensi keputusan politik dan terdorong untuk memilih dengan bijak. Selain itu, pendidikan politik meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap keberlanjutan demokrasi, serta memotivasi masyarakat untuk mengawasi dan mengkritisi kebijakan publik. Edukasi politik harus dilakukan secara berkelanjutan, bukan hanya menjelang pemilu, agar dapat menciptakan pemilih yang aktif dan memiliki kesadaran politik jangka panjang. Pendidikan yang hanya dilakukan sesaat sebelum pemilu cenderung kurang efektif dalam membangun pemahaman demokrasi yang mendalam. (Mendelberg, 2022)

Berdasarkan observasi penulis, KPU Kota Semarang telah melaksanakan edukasi politik melalui program P5 (Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila), yang mencakup kegiatan langsung di sekolah-sekolah, baik SMA maupun SMP, untuk memperkenalkan praktik pemilihan. Seiring dengan perkembangan era digital, edukasi politik kini juga dilakukan melalui media sosial, webinar, dan diskusi publik, yang memungkinkan masyarakat untuk lebih mudah mengakses informasi dan membuat keputusan yang lebih terinformasi dalam setiap pemilu.

Edukasi politik harus terus ditingkatkan dan dikembangkan dengan pendekatan yang lebih inovatif agar dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termasuk generasi muda dan masyarakat di daerah terpencil. Berdasarkan data Rencana Strategis (RENSTRA) KPU Kota Semarang tahun 2020–2024, tercatat beberapa kelemahan, seperti pemanfaatan teknologi informasi dan media sosialisasi yang belum optimal. Untuk itu, KPU perlu memaksimalkan penggunaan teknologi informasi dan melibatkan masyarakat yang sudah sadar demokrasi sebagai agen sosialisasi dalam pelaksanaan pemilu. Langkah ini sangat

relevan dengan kebutuhan pendidikan politik yang berkelanjutan, terutama bagi pemilih pemula.

Sejalan dengan itu, Rahmania et al. (2024) Menyatakan bahwa pendidikan politik yang dilakukan secara berkesinambungan dapat secara signifikan meningkatkan partisipasi politik di kalangan pemilih muda. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses politik, mereka cenderung lebih aktif dalam menggunakan hak pilih mereka dan lebih sadar akan dampak keputusan politik terhadap kehidupan mereka. Hal ini juga sejalan dengan perkembangan usia pemilih, di mana pada pemilihan berikutnya, yaitu pada tahun 2029, mereka akan memberikan hak suara mereka. Perkembangan jumlah pemilih berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada grafik perkembangan penduduk dari tahun 2021 hingga 2023 di bawah ini.

Tabel 1.5 Data Pertumbuhan Penduduk Kota Semarang 2021-2023

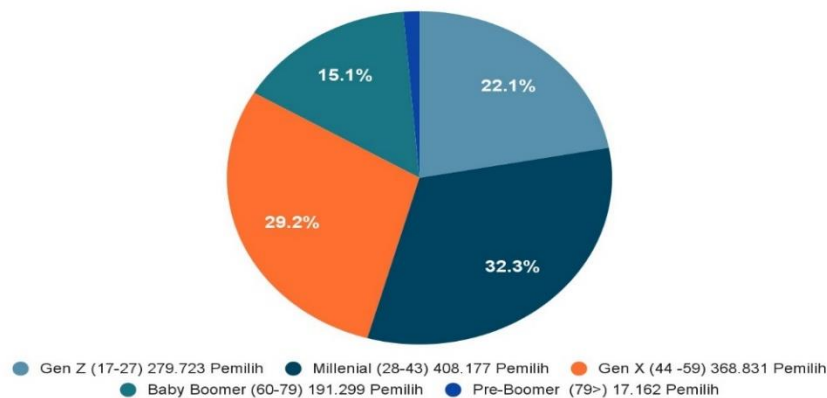
Kelompok Umur	Penduduk Kelompok Umur Kota Semarang(Jiwa) (L/P)		
	2021	2022	2023
10-14	125.684	124.332	124.657
15-19	129.178	127.834	128.960

Sumber: BPS Kota Semarang

Berdasarkan data penduduk kelompok umur di Kota Semarang, jumlah penduduk pada kelompok usia 10–14 tahun dan 15–19 tahun dari tahun 2021 hingga 2023 menunjukkan tren yang relatif stabil dengan sedikit fluktuasi. Pada tahun 2023, tercatat bahwa kelompok usia 10–14 tahun berjumlah 124.657 jiwa, sedangkan kelompok usia 15–19 tahun mencapai 128.960 jiwa. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka akan menjadi pemilih pemula pada Pemilu 2029, sementara sisanya sudah termasuk dalam kategori pemilih muda yang mulai terlibat dalam proses politik. Berdasarkan Komisi Pemilihan Umum berjudul “*Peran Pemilih Pemula Dalam Pemilu 2024*” (KPURI, 2022)

Pemilih pemula adalah bagian dari pemilih muda. Sebagai contoh pada pemilu 2024 ini disebut pemula karena pemilih yang nantinya mencoblos pada 14 Februari 2024 tersebut telah berusia 17 tahun hingga Juli 2022. Jadi, pemilih pemula adalah bagian dari kelompok pemilih muda, dan perbedaan utamanya adalah pengalaman politik mereka.

DPT PILWAKOT SEMARANG 2024 Berdasar Klasifikasi



Gambar 1.1 DPT Pilwakot Semarang 2024 Berdasar Klasifikasi

Berdasarkan infografis mengenai Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pilwakot Semarang 2024, mayoritas pemilih berasal dari kelompok usia Generasi Z (17-27 tahun) dan Milenial (28-43 tahun), dengan total 687.900 pemilih, atau sekitar 54,4% dari total pemilih. Fakta ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda mendominasi daftar pemilih dan memiliki kecenderungan tinggi dalam mengakses informasi melalui media sosial. Namun, tingginya angka golongan putih (Golput) dalam Pilkada Kota Semarang 2024 mengindikasikan bahwa strategi sosialisasi yang diterapkan belum sepenuhnya efektif dalam menjangkau serta mempengaruhi kelompok pemilih muda. Berdasarkan data tabel kelompok umur, pemilih yang berusia 15-19 tahun pada tahun 2023 akan menjadi pemilih pemula yang akan menggunakan hak suara mereka pada Pemilihan 2029. Peningkatan jumlah pemilih dalam kelompok umur ini diperkirakan sebesar 46% jika dibandingkan dengan klasifikasi kelompok umur Gen Z pada Pilwakot Semarang 2024.

Dalam konteks keberlanjutan informasi mengenai pemilihan, fenomena ini menjadi relevan untuk dikaji lebih lanjut guna merancang strategi komunikasi politik yang lebih efektif dalam meningkatkan partisipasi pemilih. Dalam wawancara (13/25) bersama Novi Maria Ulfah, salah satu anggota KPU Kota Semarang divisi SDM dan Sosial Partisipasi Masyarakat (Sosparmas), disebutkan bahwa pemilih pemula, khususnya dari kalangan Gen Z, akan menjadi kelompok yang dominan dalam pemilu mendatang. Oleh karena itu, strategi penyebaran informasi yang efektif menjadi sangat penting agar mereka memahami hak pilih dan proses pemilu secara menyeluruh. Saat ini, strategi tersebut masih dalam tahap perancangan, namun melihat kecenderungan Gen Z yang aktif di dunia digital, KPU berencana memperkuat penyebaran informasi melalui media sosial sebagai kanal utama. Meskipun media sosial sudah cukup efektif, optimalisasi penggunaannya masih menghadapi tantangan, terutama dalam keterbatasan waktu dan sumber daya manusia (SDM). Dari hasil komunikasi selama persiapan tahapan Pilkada 2024 dengan beberapa Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK), diketahui bahwa sebagian besar pemilih pemula memperoleh informasi terkait pemilu dari kanal YouTube resmi KPU Kota Semarang. Untuk memastikan informasi yang disampaikan lebih luas dan menarik bagi pemilih pemula, KPU juga berencana menjalin kerja sama dengan berbagai komunitas, seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan organisasi kepemudaan. Melalui kolaborasi ini, diharapkan pemilih pemula semakin memahami pentingnya partisipasi dalam pemilu serta dapat menggunakan hak pilih mereka dengan bijak.

Dengan demikian untuk memastikan keberlanjutan penyebaran informasi mengenai edukasi politik pemilihan, peran Public Relations (PR) sangat penting, terutama dalam mengoptimalkan penggunaan akun media sosial KPU Kota Semarang. KPU Kota Semarang telah memanfaatkan tiga platform media sosial utama, yaitu TikTok, Instagram, dan YouTube, untuk menyebarkan informasi edukasi politik serta meningkatkan kesadaran masyarakat agar tidak golput. Namun, hasil analisis terhadap media sosial KPU, khususnya pada kanal YouTube (@kpukotasemarang), Instagram (@kpukotasemarang), dan TikTok (@kpu_kotasemarang), menunjukkan bahwa ketiga platform tersebut masih belum

dimanfaatkan secara maksimal. Berdasarkan data (Meltwater, 2024), Instagram merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak kedua di Indonesia setelah WhatsApp, dengan pengguna bulanan mencapai 85,3% dari total penduduk Indonesia. Hal ini menunjukkan potensi besar bagi KPU Kota Semarang untuk lebih memanfaatkan Instagram sebagai saluran utama dalam menyebarkan informasi dan edukasi politik. Dalam wawancara dengan Novi Maria Ulfa (25/3), anggota KPU Kota Semarang yang bertanggung jawab dalam bidang SDM dan Sosial Partisipasi Masyarakat (Sosparmas), beliau menyatakan bahwa pengelolaan media sosial KPU Kota Semarang masih terkendala oleh keterbatasan sumber daya manusia dan waktu. Oleh karena itu, penguatan peran Public Relations (PR) dan optimalisasi penggunaan media sosial sangat diperlukan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi politik, khususnya dalam menjangkau pemilih pemula dan masyarakat secara lebih luas.

Tabel 1.6 *Penggunaan Media Sosial Di Indonesia Berdasarkan Klasifikasi Umur*

Medi sosial	Gen Z (Kelahiran >2013/Kurang dari 12th)	Millenial (Kelahiran >1981- 1996/38- 43th)	Gen X (Kelahiran 1965- 1980/44- 59th)	Baby Boomers (Kelahiran 1946- 1964/60- 78th)
Instagram	51,90%	22,14%	12,91%	12,79%
TikTok	46,84%	31,72%	23,66%	13,57%
YouTube	38,63%	53,42%	62,91%	61,63%

Sumber: APJII

Tabel 1.6 menjelaskan penggunaan tiga *platform* media sosial tersebut berdasarkan klasifikasi umur, melansir data oleh *survey* APJII (DiPStrategy, 2024) “Social Media by Generation (Indonesia)”, terlihat bahwa Instagram menempati posisi pertama dalam hal popularitas di kalangan Gen Z (51,90%) dan menempati

urutan terakhir di kalangan Milenial (22,14%), setelah TikTok. Fakta ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki daya tarik yang kuat terutama bagi generasi muda, khususnya mereka yang tergolong dalam kategori pemilih pemula. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan (Catur Ari Ani, 2023) Instagram merupakan media sosial yang aktif digunakan sehari-hari oleh generasi milenial Kota Semarang.

Popularitas Instagram di kalangan Gen Z dan Milenial menjadi indikator penting bahwa platform ini memiliki potensi besar sebagai saluran penyebaran informasi, termasuk informasi politik dan kepemiluan. Konten visual yang cepat, interaktif, dan mudah diakses menjadikan Instagram sebagai alat yang efektif untuk menjangkau audiens muda. Dengan pola konsumsi informasi yang lebih mengutamakan hiburan dan visual, informasi yang dikemas secara kreatif dalam format video singkat memiliki peluang lebih besar untuk diterima dan disebarluaskan di kalangan pengguna aktif Instagram

Tabel 1.7 Perbandingan Penggunaan Media Sosial KPU Kota Semarang

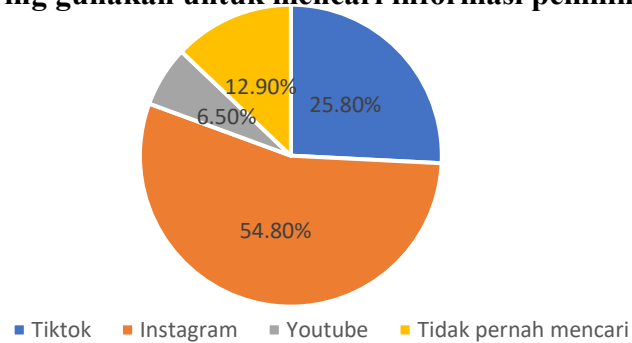
NO	Keterangan	TikTok	Instagram	YouTube
1	Pengikut Media Sosial per 20 Maret 2025	1241 akun	16.261 akun	3690 akun
2	Pertumbuhan pengikut dalam 20 Februari 2025 – 20 Maret 2025	9 akun	-79 akun	0 akun
3	Jumlah Unggahan dalam sebulan	7 konten	10 konten	0 konten
4	Rata-rata jumlah disukai per konten	7 likes	38 likes	2 likes
5	Rata-rata jumlah comment per konten	2 comment	3 comment	0 comment
6	Jenis konten	-video kreatif	-infografis	-video kreatif

			-video kreatif	
7	Engagement rate media sosial (<i>Phlanx calculator</i>)	1.03%	2.01%	1.5%

Berdasarkan data di atas, ketiga media sosial KPU Kota Semarang mengalami stagnasi dalam lima konten terakhir dan pertumbuhan pengikut, terutama di TikTok dan YouTube. Risky Adi Pamungkas, staf Sosial Partisipasi Masyarakat (Sosparmas) (25/3), menjelaskan bahwa konten-konten yang dibuat lebih fokus pada Instagram, dengan jenis video yang sama juga diunggah di TikTok. Selain itu, TikTok dan YouTube tidak mendapatkan prioritas dalam pengelolaan media sosial KPU Kota Semarang, yang menyebabkan kesan monoton pada konten di kedua platform tersebut. Instagram tetap menjadi media sosial utama untuk berinteraksi dengan pengikut. Berdasarkan engagement rate, YouTube memiliki tingkat keterlibatan tertinggi sebesar 4,4%, diikuti oleh Instagram dengan 2,01%, sementara TikTok masih rendah, yakni 1,03%.

Berdasarkan Survei *pra-project* yang disebarkan secara acak pada Maret 2025, diperoleh 31 responden, sebagian besar berusia antara 17 hingga 27 tahun, yang telah memilih pada pemilu dan pilkada 2024. Sebanyak 96,8% responden merupakan pelajar atau mahasiswa, sementara 3,2% lainnya bekerja sebagai wiraswasta. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 87% responden pernah mencari informasi tentang Pemilu dan Pilkada melalui media sosial.

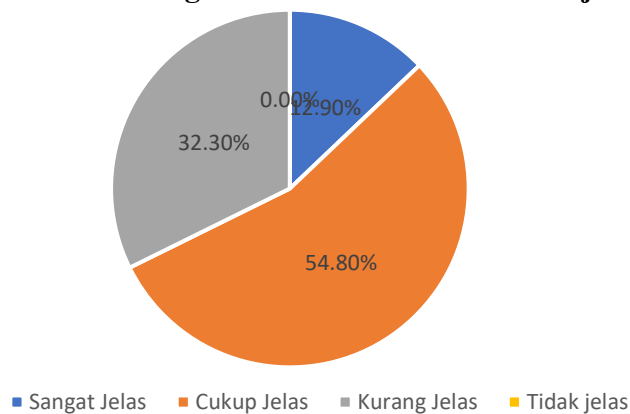
Platform media KPU Kota Semarang yang anda sering gunakan untuk mencari informasi pemilihan



Gambar 1.2 Hasil Survei pra-project Platform media KPU Kota Semarang

Berdasarkan pada Survei pra-project pada gambar 1.2, Instagram menjadi platform media sosial KPU Kota Semarang yang sering diakses oleh beberapa responden untuk mencari informasi pemilihan, Instagram menjadi platform media sosial dengan angka responden 54.8%, setelah Instagram platform berikutnya adalah TikTok sebesar 25.8%, dan 6.5% untuk akun YouTube KPU Kota Semarang dan yang terakhir 12.9% tidak pernah melakukan pencarian informasi melalui Platform media sosial KPU Kota Semarang.

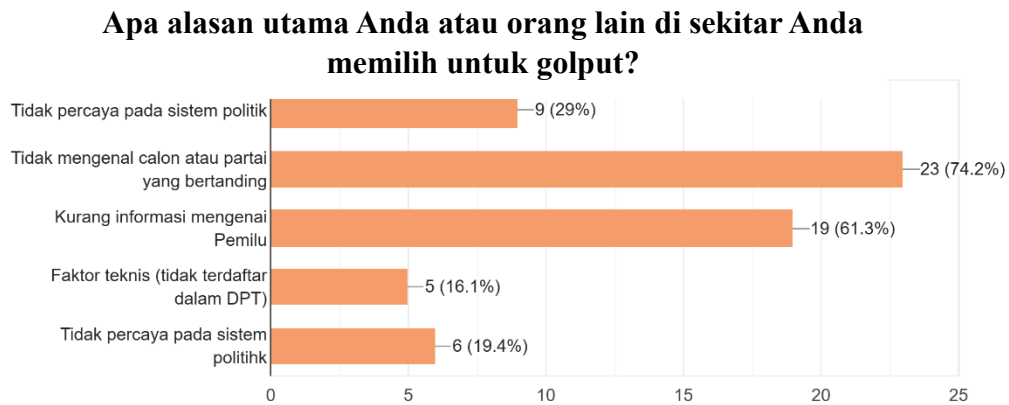
Apakah menurut Anda informasi yang disajikan KPU Kota Semarang melalui media sosial sudah jelas?



Gambar 1.3 Hasil Survei pra-project Apakah Informasi yang diberikan sudah jelas?

Dalam pemanfaatan media sosial untuk menyebarkan edukasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat Kota Semarang mengenai pemilihan, beberapa responden masih merasa kurang jelas dengan informasi yang telah disajikan oleh KPU Kota Semarang. Sebanyak 32,3% responden merasa informasi

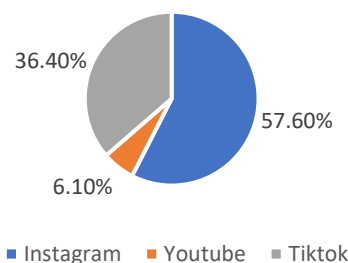
yang diberikan kurang jelas, sementara 54,8% merasa cukup jelas, dan 12,9% merasa sangat jelas.



Gambar 1.4 Hasil Survei pra-project Apa Alasan Utama Anda Atau Orang Lain di Sekitar Anda Memilih Untuk Golput

Berdasarkan Survei pra-project di atas, 74,2% responden menyatakan tidak mengenal calon atau partai yang bertanding pada saat pemilihan, 61,3% merasa masih kekurangan informasi mengenai pemilihan, 29% tidak percaya dengan sistem politik yang ada, dan 16,1% mengalami hambatan teknis. Alasan-alasan tersebut semakin mempertegas bahwa masih terdapat kurangnya optimalisasi penggunaan media sosial KPU Kota Semarang sebagai penyelenggara pesta demokrasi, terutama di Kota Semarang.

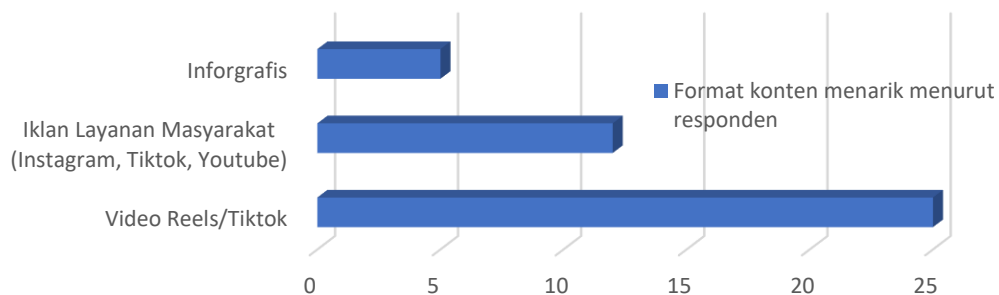
Platform media sosial apa yang menurut Anda paling efektif untuk KPU Kota Semarang dalam memberikan layanan informasi?



Gambar 1.5 Hasil Survei pra-project Platform yang efektif

Menurut Survei *pra-project* pada gambar 1.5, Platform media sosial yang dianggap efektif oleh responden untuk memberikan informasi kepada KPU Kota Semarang adalah Instagram dengan 54,8%, TikTok dengan 38,7%, dan YouTube dengan 6,1%. Responden memilih Instagram karena mereka sering menggunakan dan mendapatkan informasi dari platform tersebut. Sementara itu, TikTok dipilih karena memiliki banyak fitur yang sedang tren, dan YouTube dipilih karena banyak konten kreator yang disukai oleh responden ada di platform tersebut.

Format konten menarik menurut responden



Gambar 1.6 Hasil Survei *pra-project* Format Konten Menarik Menurut Responden

Berdasarkan hasil data Survei *pra-project* diatas menjelaskan bahwa format konten yang menarik responden adalah konten yang dikemas dengan sistem video berbentuk *reels*/TikTok dimana video tersebut memiliki media platform seperti Instagram. Video – video yang dibuat dalam sistem tersebut memiliki ciri khas seperti banyak menggunakan musik yang sedang tren, fitur yang variatif dan durasi video singkat. Dimana hal tersebut sesuai dengan pendapat dari (Mada, 2023) (DiPStrategy, 2024), “Mereka suka dengan konten-konten politik yang ringan sehingga memiliki cara yang berbeda memahami profil dari para kandidatnya”. Preferensi pemilih pemula terhadap konten politik yang lebih ringan dapat dijelaskan melalui berbagai faktor psikologis dan sosial. Pertama, generasi muda saat ini tumbuh dalam era digital yang didominasi oleh media sosial dan konten yang serba cepat. Pendekatan yang menarik dan mudah dipahami dapat menjadi pintu masuk bagi mereka untuk lebih terlibat dan

menggali informasi lebih dalam. Dalam konteks keberlanjutan informasi mengenai pemilihan, fenomena ini menjadi relevan untuk dikaji lebih lanjut guna merancang strategi komunikasi politik yang lebih efektif dalam meningkatkan edukasi politik terutama pemilihan.

Berdasarkan hasil wawancara bersama salah satu anggota KPU Kota Semarang divisi Sosialisasi Partisipasi Masyarakat dan SDM pada tanggal 25 Maret, Risky Adi Pamungkas sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk mengelola akun media sosial KPU Kota Semarang baik itu Instagram, Youtube, dan TikTok. Rizky memaparkan bahwa selama ini untuk pembuatan konten pada sosial media KPU Kota Semarang berfokus di Instagram, dimana Instagram memang memiliki jangkauan yang luas dalam menyebarkan informasi mengenai KPU Kota Semarang.

Untuk mendukung keberlanjutan informasi dan pengoptimalan media sosial KPU Kota Semarang, Instagram merupakan salah satu platform yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Berdasarkan hasil survei dan data penggunaan media sosial dari We Are Social, Instagram menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan. Oleh karena itu, Instagram dapat dijadikan saluran utama untuk menyebarkan informasi dan edukasi politik, khususnya kepada target prioritas, yaitu pemilih pemula yang akan memberikan suara pada pemilihan berikutnya. Berikut adalah analisis dari lima konten yang diunggah pada akun Instagram @kpukotasemarang per 17 April 2025.

Tabel 1.8 Analisis Konten Instagram KPU Kota Semarang

Analisi Konten Instagram KPU Kota Semarang (per 17 April 2025)			
Total Pengikut		: 21,206	
Total Mengikuti		: 168	
Total unggahan		: 2.800	
Enggament Rate		: 0.76% dari kakulator notjustanalytics.com	
No	Judul konten	Analisis konten	ER

1.	Q N A KPU Goes To School SMAN 9 Kota Semarang Tanggal unggah: 18-09-2024	Jenis : Wawancara / Testimoni Keterangan : pada konten ini memberikan ruang pendapat bagi para pemilih pemula terutama dari kalangan SMA bagaimana cara mereka dalam menghadapi proses pemilihan yang akan datang.	3.11%
2.	Suara Mahasiswa Menuju Pilkada (Sigma) Eps Unnes Tanggal unggah: 26-09-2024	Jenis : Wawancara / Testimoni Keterangan : Pada konten sesi tanya jawab di lingkungan kampus ini, video <i>reels</i> meraih total penonton 1.691 dengan total like 52 dan di bagi sebanyak 3 kali.	3.37%
3.	Suara Mahasiswa Menuju Pilkada (Sigma) Eps Undip Tanggal unggah: 4-10-2024	Jenis: Wawancara / Testimoni Keterangan: Pada video <i>reels</i> ini meraih penonton sebanyak 1.703 dengan total penyuka 52, dan 3 kali dibagikan	3.32%
4.	Suara Mahasiswa Menuju Pilkada (Sigma) Eps Unimus Tanggal unggah : 14-10-2024	Jenis: Wawancara / Tetimoni Keterangan: Pada video <i>reels</i> ini mendapatkan 1.670 penonton, 36 <i>likes</i> , dan sebanyak 2 kali dibagikan.	2.34%
5.	Q N A Nobar Film “Tepatilah	Jenis: Wawancara / testimoni Keterangan: Pada konten yang melibatkan mahasiswa di Universitas	1,61%

	Janji” di Kampus USM	Semarang, video intraktif ini mendapatkan 2.110 <i>viewers</i> , 32 <i>likes</i> , dan sebanyak 1 kali dibagikan.	
--	-------------------------	---	--

Berdasarkan analisis dari 5 konten pada tabel diatas, konten-konten yang telah dibuat oleh KPU Kota Semarang menunjukkan bahwa konten yang dibuat bertujuan memberi informasi, namun dalam pengoptimalan media sosial Instagram KPU Kota Semarang terbilang kurang dengan hanya memanfaatkan konten edukasi selama kegiatan proses tahapan pemilihan 2024. Konten *reels* dengan format tersebut mendapatkan *engagement* yang terbilang rendah dimana Instagram KPU Kota Semarang (@kpukotasemarang) memiliki pengikut sebanyak 21.870 pengikut, (LLDIKTI, 2021) dalam artikel *engagement rate* menjelaskan bahwa keberhasilan itu memiliki ketentuannya. Ia menyatakan:

hasil kurang dari satu persen menunjukkan kondisi low engagement rate. Jika antara 1 persen sampai 3,5 persen maka itu adalah nilai rata-rata. Jika antara 3,5 persen sampai 6 persen berarti termasuk dalam kategori yang tinggi. Serta jika di atas enam persen berarti itu masuk kategori sangat tinggi

Namun dari segi penonton *reels* tersebut meraih penonton di atas 1.200 *viewers*, berbeda dengan format konten *reels* yang lain yang hanya mendapatkan rata-rata 700-900 *viewers*, perbandingan ini hanya di video yang bertemakan edukasi politik dan seputar pemilihan. Dengan format *reels* tersebut bisa menjadi salah satu format yang bisa dikembangkan lanjut bagi KPU Kota Semarang, dimana video dengan melibatkan narasumber yang tidak hanya berasal dari sekretariat KPU Kota Semarang membuktikan keterbukaan KPU Kota Semarang dalam mendengar suara dari masyarakat.

Pada ke-5 video di atas juga bisa mendapatkan interaksi yang cukup banyak disebabkan penggunaan audio, pengemasan video, dan format yang berbeda dimana rata-rata pada video tersebut melibatkan anak-anak muda yang sesuai target dimana kalangan pemilih pemula sangat aktif menggunakan media

sosial. Hal ini juga sesuai pada data penggunaan media sosial di Indonesia berdasarkan klasifikasi umur yang dilakukan APJII 2024, pada survey tersebut 51.90% Gen Z yang ada di Indonesia menggunakan Instagram, dengan alasan fitur-fitur yang sering digunakan pada Instagram seperti Instastory, reels, dan filter.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diketahui pemanfaatan fitur *Reels* pada Instagram dapat menjadi strategi yang efektif untuk menyebarkan edukasi politik kepada pemilih pemula di Kota Semarang. Dengan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi pada konten video yang dikemas secara kreatif dan dinamis, fitur *Reels* memiliki potensi besar sebagai salah satu fitur untuk menyampaikan edukasi politik secara berkelanjutan. menarik perhatian generasi muda, khususnya Gen Z, yang merupakan kelompok pemilih pemula. Berdasarkan data penggunaan media sosial di Indonesia, Instagram terbukti menjadi platform yang populer di kalangan generasi muda, sehingga menjadi saluran yang tepat untuk menyampaikan informasi politik yang relevan. Konten yang menggunakan elemen visual dan audio yang menarik, serta melibatkan narasumber dari berbagai pihak, dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan masyarakat dalam proses pemilu.

1.2 Rumusan masalah

Keberlanjutan penyebaran informasi mengenai edukasi politik dan pemilihan menjadi faktor krusial untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam demokrasi. Meskipun KPU Kota Semarang telah memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi, penggunaan platform digital, khususnya Instagram, belum dioptimalkan sepenuhnya. Fitur Instagram *reels* memiliki potensi besar untuk meningkatkan efektivitas edukasi politik, namun terdapat beberapa kendala dalam pemanfaatannya, seperti kurangnya variasi konten, keterbatasan dalam interaksi yang menarik, dan tantangan dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda sebagai pemilih pemula. Oleh karena itu, diperlukan solusi untuk mengoptimalkan penggunaan Instagram Reels sebagai media yang efektif dalam menyampaikan informasi edukasi politik secara berkelanjutan kepada pemilih pemula, dengan mempertimbangkan berbagai kendala yang ada.

1.3 Tujuan

Tujuan tugas akhir mengoptimalkan penggunaan fitur Instagram *reels* pada akun Instagram @KPUkotaSemarang sebagai sarana efektif dalam menyebarkan edukasi politik kepada pemilih pemula di Kota Semarang, dan memastikan penyampaian edukasi politik yang lebih efektif dan mudah dipahami oleh pemilih pemula di Kota Semarang.

1.4 Manfaat

1.4.1 Bagi Mahasiswa

- a. Tugas akhir ini dapat diharapkan memberi manfaat kepada penulis, untuk menerapkan ilmu yang telah didapat selama menjalankan pendidikan di Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas.
- b. Membantu KPU Kota Semarang dalam memproduksi konten informasi pada Media Sosial KPU Kota Semarang platform Instagram @kpu_kotasemarang.

1.4.2 Bagi Klien KPU Kota Semarang

- a. Meningkatkan keberlanjutan informasi di platform Instagram @kpu_kotasemarang, dimana berdasarkan data rencana strategis bahwa masih kurangnya pengoptimalan media sosial KPU Kota Semarang
- b. Mendukung transparansi dan keterbukaan informasi KPU Kota Semarang dengan menyediakan konten yang relevan dan berbasis data, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap penyelenggaraan pemilu.

1.4.3 Bagi Akademisi

- a. Memberikan kontribusi akademik dalam bidang Informasi dan Humas dengan mengkaji strategi komunikasi digital yang efektif dalam menyebarluaskan edukasi politik melalui media sosial, khususnya Instagram.

1.4.4 Bagi Masyarakat

- a. Mendukung keberlanjutan penyebaran informasi dari KPU Kota Semarang agar tidak hanya berfokus pada periode menjelang pemilu dan pilkada,

tetapi juga dapat terus berjalan sepanjang tahun. Dengan adanya informasi yang disampaikan secara berkesinambungan, masyarakat dapat lebih memahami pentingnya keterlibatan politik dalam kehidupan sehari-hari, sehingga kesadaran dan partisipasi dalam demokrasi dapat terus meningkat.

1.5 Luaran

Luaran dalam proyek tugas akhir ini adalah video *reels* Instagram yang berdurasi kurang lebih 90-120 detik dengan total 7 item video *reels*.