

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (atau yang disingkat dengan DPD RI) merupakan salah satu Lembaga Legislatif yang ada dalam susunan ketatanegaraan Republik Indonesia. Sesuai dengan nama lembaga yakni Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia maka DPD RI merupakan perwakilan atau representasi dari daerah-daerah atau provinsi yang ada di seluruh Indonesia. Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia memiliki tugas dan wewenang yang berbeda dengan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia walaupun kedua lembaga tinggi negara ini termasuk ke dalam lembaga legislatif.

Jika dilihat dari sisi mekanisme atau sistem keterpilihan dan penyerapan atau penjangkaran aspirasi dari masyarakat maka tugas seorang Anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia lebih luas dan kompleks dibandingkan dengan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI).

Berdasarkan sumber yang penulis dapatkan, ada beberapa faktor yang menyebabkan Anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia memiliki tugas yang lebih luas dan kompleks untuk menyerap aspirasi masyarakat daerah dibandingkan dengan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Dalam proses pemilihan umum, calon Anggota DPD RI mencalonkan diri secara perseorangan
- 2) Dalam proses pemilihan umum, calon Anggota DPR RI mencalonkan diri melalui partai politik
- 3) Jumlah suara yang harus didapatkan oleh calon Anggota DPD RI untuk dapat memenangkan kontestasi politik, lebih banyak dibandingkan dengan calon Anggota DPR RI. Hal tersebut disebabkan karena calon Anggota DPD RI mewakili rakyat berdasarkan wilayah atau provinsi sedangkan calon Anggota

DPR RI mewakili rakyat berdasarkan jumlah penduduk dalam satu daerah pemilihan (dapil) masing-masing.

Dalam menjalankan tugas yakni pengajuan usul Rancangan Undang-Undang dan Pembahasan Rancangan Undang-Undang, Anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia membutuhkan aspirasi, masukan dan saran dari masyarakat yang ada di daerah masing-masing baik secara langsung maupun tidak langsung. Aspirasi secara langsung didapatkan melalui reses, surat masuk atau langsung melalui media massa, wawancara, dengar pendapat dan dialog sedangkan secara aspirasi secara tidak langsung didapatkan melalui perwakilan dari masyarakat (Saputra & Tamin, 2022). Jika dilihat dari metode atau tata cara penyerapan aspirasi dari masyarakat di daerah maka Anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia harus memiliki kecakapan atau kemampuan berkomunikasi yang baik.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis laksanakan secara *online* atau daring dengan Ibu Intan Fitria Yuliani, S.T., M.Si selaku Pejabat Fungsional Pranata Humas Ahli Muda Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia, Anggota DPD RI akan melaksanakan reses selama empat kali dalam satu tahun masa sidang (dengan jangka waktu tiga hingga empat minggu untuk satu kali reses). Reses merupakan kegiatan yang dilaksanakan untuk menyerap aspirasi masyarakat di daerah (Noor, 2025). Pengertian yang lain menjelaskan bahwa kegiatan reses dilaksanakan guna menerima informasi dari konstituen, untuk kepentingan daerah, melaksanakan kunjungan ke pemerintah provinsi, kabupaten hingga ke tingkat lurah/desa serta organisasi-organisasi masyarakat (Bahari et al., 2022).

Berdasarkan penjelasan tentang Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia dan tugas serta wewenang Anggota Dewan Republik Indonesia sebelumnya maka DPD RI memiliki peran yang penting dalam penyusunan Rancangan Undang-Undang dan penyerapan atau penjangkaran aspirasi dari masyarakat (baik secara langsung maupun tidak langsung) yang ada di seluruh provinsi di Indonesia. Dalam menjalankan tugas pokok dan fungsi (tupoksi) sebagai

lembaga legislatif dalam susunan ketatanegaraan Republik Indonesia, Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia tidak dapat berdiri sendiri.

Sekretariat Jenderal DPD yang selanjutnya disebut Sekretariat Jenderal adalah Sistem Pendukung DPD yang berkedudukan sebagai kesekretariatan lembaga negara (Pasal 1, Peraturan DPD RI Nomor 2 Tahun 2024 Tentang Tata Tertib). Sekretariat Jenderal DPD RI terdiri atas Deputy Bidang Administrasi dan Deputy Bidang Persidangan (Pasal 5, Peraturan Presiden Nomor 17 Tahun 2017 Tentang Sekretariat Jenderal DPD RI) yang dipimpin oleh Deputy. Deputy Bidang Administrasi dan Deputy Bidang Persidangan terdiri dari beberapa biro, bagian dan subbagian.

Deputy Bidang Administrasi memiliki tugas dan wewenang untuk melaksanakan dukungan di bidang perencanaan, ketatausahaan, keuangan, keanggotaan dan kepegawaian, organisasi dan tata laksana, hukum, hubungan masyarakat dan media, keprotokolan, kerja sama, data dan sistem informasi dan kearsipan (Pasal 7, Peraturan Presiden Nomor 17 Tahun 2017 Tentang Sekretariat Jenderal DPD RI). Dalam penjelasan lebih lanjut, pelaksanaan tugas dan wewenang sebagai hubungan masyarakat dan media serta keprotokolan merupakan tanggung jawab dari Biro Protokol, Hubungan Masyarakat dan Media di bawah Deputy Bidang Administrasi.

Dalam pelaksanaannya, Biro Protokol, Hubungan Masyarakat dan Media bertanggung jawab terhadap pengelolaan media sosial DPD RI. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara secara daring atau *online* dengan beberapa staf di Bagian Hubungan Masyarakat dan Fasilitas Pengaduan, Biro Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia, diperoleh data sebagai berikut:

1. Instagram

A.) Tayangan di media sosial Instagram mendapatkan angka sebesar 367.052 dengan persentase 73,5 persen dari pengikut dan 26,5 persen bukan pengikut. Akun yang dijangkau adalah sebesar 93.176.

- B.) Jumlah pengikut dalam akun resmi media sosial DPD RI di Instagram adalah 305.859 dengan pertumbuhan sebanyak 1.644 dari jumlah pengikut sebelumnya.
- C.) Jenis konten yang mendapatkan interaksi (*like* atau suka dan *comments* atau komentar) paling banyak adalah postingan berupa infografis (dengan persentase sebesar 64,6 persen dari pengikut). Sementara itu, di posisi kedua adalah jenis konten *Reels* (dengan persentase sebesar 32,6 persen dari pengikut) dan posisi ketiga adalah jenis konten cerita atau *insta story* (dengan persentase sebesar sebanyak 2,8 persen dari pengikut).

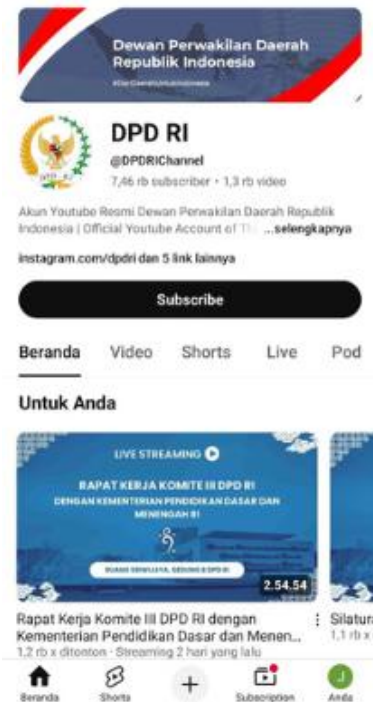


Gambar 1. Tampilan Akun Instagram DPD RI
(Sumber: <https://www.instagram.com/dpdri?igsh=YjhxcjI4eTJ5a3dj>)

2. Youtube

- A.) Jumlah penayangan pada akun Youtube @DPDRChannel adalah sebesar 9.245.
- B.) Jumlah pelanggan atau *subscriber* akun Youtube @DPDRChannel adalah 7,4 ribu.

C.) Berdasarkan jenis konten, diperoleh data bahwa jenis konten yang paling banyak ditonton adalah jenis konten video. Jumlah penayangan yang didapatkan untuk jenis konten tersebut adalah sebesar 6.044 (dengan persentase sebesar 65,4 persen).



Gambar 1.2 Tampilan Akun YouTube Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia

(Sumber: https://youtube.com/@dpdrichannel?si=P_jyGeCQ9KLhxuoi)

3. Tik Tok

- A.) Jumlah pengikut pada akun Tik Tok @dpdri_ adalah 10,5 ribu.
- B.) Jumlah *video views* atau jumlah pengguna Tik Tok yang telah menonton unggahan di @dpdri_ adalah 26.621.
- C.) Jumlah *likes* atau suka Tik Tok @dpdri_ adalah 21,8 ribu.



Gambar 1.3 Tampilan Akun TikTok Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia

(Sumber: https://www.tiktok.com/@dpdri?_t=ZS-8tfEUGGdDyE&_r=1)

Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia juga memberikan layanan berupa publikasi berita (selain publikasi dalam media sosial Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia). Berdasarkan hasil wawancara yang penulis laksanakan secara *online* atau daring dengan Ibu Intan Fitria Yuliani, S.T., M.Si selaku Pejabat Fungsional Pranata Humas Ahli Muda Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia, diperoleh data sebagai berikut:

1. Jumlah berita yang dipublikasikan dari rilis disebarkan sepanjang tahun sebesar 12.456 berita.
2. Jumlah berita yang tayang di luar rilis sebanyak 2.035.
3. Pada periode Januari – Desember 2024, total sebaran berita terkait DPD RI di media daring atau *online* adalah sebesar 14.465 artikel.

Dari hasil wawancara dan observasi digital tersebut, Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia telah mempublikasikan informasi

yang berkaitan atau berhubungan dengan Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia secara sistematis dan masif. Hal ini dapat dilihat dari jumlah unggahan pada media sosial Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (Instagram, Youtube dan Tik Tok). Jumlah artikel yang telah dipublikasikan oleh Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia di media daring atau *online* adalah sebesar 14.465 artikel.

Namun, penulis menemukan data yang menunjukkan kondisi yang kontras atau tidak berbanding lurus antara jumlah publikasi tentang Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia dengan pemahaman masyarakat tentang tugas dan wewenang dari Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia dalam struktur ketatanegaraan di Indonesia.

Penulis telah melakukan wawancara secara daring atau *online* dengan Ibu Intan Fitria Yuliani, S.T., M.Si selaku Pejabat Fungsional Pranata Humas Ahli Muda Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia. Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa masyarakat belum memahami dengan baik tentang tugas dan wewenang dari Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia. Pada umumnya, masyarakat sering menganggap DPD RI adalah DPRD RI. Jika dilihat lebih lanjut, Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia dengan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Republik Indonesia memiliki tugas dan wewenang yang berbeda.

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa strategi dan taktik yang telah ditentukan dan diterapkan oleh Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia masih belum efektif dan efisien. Data-data yang telah ditemukan dan dijelaskan oleh penulis sebelumnya menunjukkan bahwa kuantitas publikasi tidak dapat menentukan tingkat pemahaman masyarakat terhadap tugas dan wewenang dari Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia.

Ada beberapa faktor yang memengaruhi tingkat pemahaman masyarakat terutama masyarakat yang termasuk dalam kelompok Generasi Z terhadap tugas

dan wewenang Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia. Menurut penulis faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat tidak mendapatkan informasi yang memadai tentang media sosial Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia sehingga tidak dapat mengakses akun media sosial tersebut
2. Konten yang disajikan dalam media sosial cenderung membosankan dan tidak ada hal yang baru karena hampir selalu menginformasikan tentang rapat kerja sehingga masyarakat tidak tertarik untuk menonton
3. Tidak ada konten yang bersifat hiburan atau konten yang membahas informasi ringan yang relevan dengan kehidupan masyarakat

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa (jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2023). Hal ini berarti bahwa tingkat penetrasi atau pertumbuhan internet di Indonesia mencapai 79,5%. Jika dibandingkan dengan periode sebelumnya, terjadi peningkatan sebesar 1,4%. Adapun gender laki-laki menjadi penyumbang terbesar dalam pertumbuhan internet di Indonesia yakni 50,7% sedangkan gender perempuan tercatat sebesar 49,1% (Haryanto, 2024).

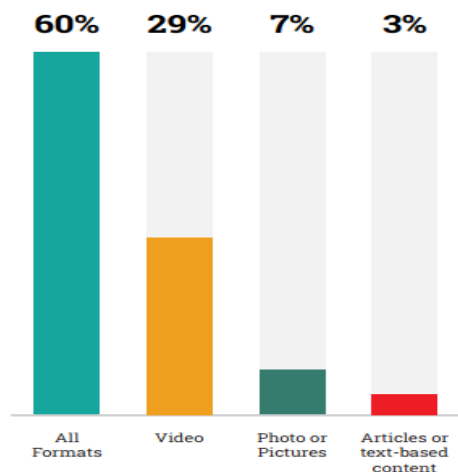
Data dari APJII juga menjelaskan bahwa dari kelompok usia, penduduk Indonesia yang berselancar di dunia maya didominasi oleh penduduk Generasi Zoomer (Generasi Z) yakni sebesar 34,40%. Sementara itu, pertumbuhan pengguna internet di Indonesia berdasarkan kelompok usia lainnya adalah sebagai berikut:

1. Generasi milenial sebesar 30,62%
2. Generasi X sebesar 18,98%
3. Post Generasi Z sebesar 9,17%
4. Generasi *Baby Boomers* sebesar 6,58%
5. Generasi *Pre Boomer* sebesar 0,24% (Haryanto, 2024)

Di sisi lain yakni berdasarkan jenis wilayahnya, hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa daerah urban (daerah perkotaan) berkontribusi paling besar dalam hal tingkat pertumbuhan

pengguna internet di Indonesia yakni sebesar 69,5%. Adapun untuk daerah rural (daerah non perkotaan dengan jumlah penduduk yang lebih sedikit) kontribusi yang diberikan adalah sebesar 30,5% (Haryanto, 2024).

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan, konten berupa video memiliki daya tarik tersendiri pada pengguna media sosial terutama pengguna media sosial yang termasuk Generasi Zoomer (Generasi Z). Generasi ini merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997 – 2012, yang berusia 13 – 28 tahun (Negara et al., 2022). Data yang penulis dapatkan dari Indonesia Generasi Z Report 2024 menunjukkan bahwa Generasi Zoomer (Generasi Z) lebih menyukai konten berupa video (dengan presentase 29%) dibandingkan dengan konten dengan format foto dan artikel (IDN Research Institute, 2024).

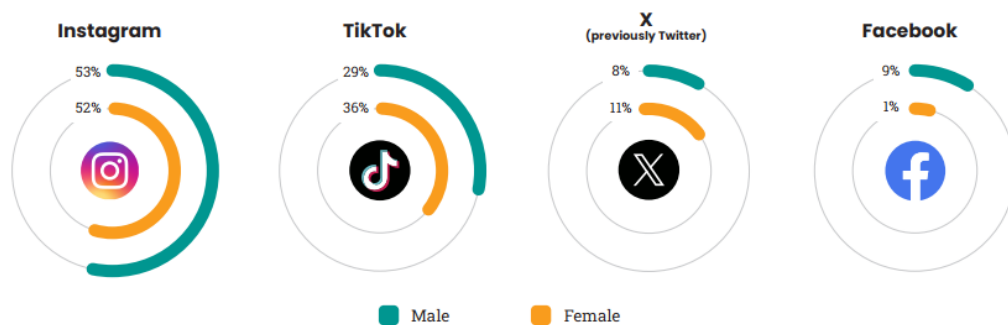


Gambar 1.4 Diagram Format Konten yang Disukai oleh Generasi Zoomer (Generasi Z) di Indonesia

(Sumber: IDN Research Institute, 2024)

Media sosial yang masih menjadi favorit Generasi Z di Indonesia saat ini adalah Instagram dan Tik Tok (IDN Research Institute, 2024). Instagram dan Tik Tok memegang peranan yang penting dalam penyeberluasan informasi kepada masyarakat Indonesia terutama Generasi Zoomer (Generasi Z). Data yang penulis kutip dari *data.goodstats.id* menunjukkan bahwa Generasi Zoomer (Generasi Z) yang ada di Indonesia saat ini berjumlah 74,93 juta jiwa atau 27,94 % dari populasi

(Rainer, 2023). Hal tersebut menjadikan Generasi Zoomer (Generasi Z) berada dalam peringkat pertama dengan jumlah populasi terbanyak di Indonesia.



Gambar 1.5 Media Sosial yang Disukai oleh Generasi Zoomer (Generasi Z) di Indonesia
(Sumber: IDN Research Institute, 2024)



Gambar 1.6 Grafik Sensus Penduduk Indonesia Berdasarkan Kategori Usia (Sumber: Rainer, 2023)

Generasi Zoomer (Generasi Z) merupakan unsur yang sangat memengaruhi keberhasilan Indonesia untuk mencapai visi di tahun 2045. Jumlah populasi Generasi Zoomer (Generasi Z) dengan usia produktif yang tinggi menjadi potensi yang menjanjikan apabila Pemerintah bekerja sama dengan Lembaga Pendidikan mampu memberikan pendidikan (formal maupun non-formal) secara optimal,

seimbang dan tepat sasaran. Salah satu pendidikan atau edukasi yang harus diberikan oleh penduduk dalam kategori Generasi Zoomer (Generasi Z) adalah edukasi tentang politik.

Politik tidak dapat dipisahkan dari kehidupan berbangsa dan bernegara. Politik juga dapat memengaruhi kesejahteraan dan kemajuan suatu bangsa. Hal tersebut disebabkan karena keputusan-keputusan penting yang dibuat oleh pejabat tinggi negara dihasilkan melalui proses politik.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis mengusulkan untuk membuat sebuah proyek Video Kampanye Edukasi Politik dengan judul, “DPD RI: Terus Melangkah Memperjuangkan Kesejahteraan Masyarakat Daerah dan Kemajuan Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Strategi dan taktik yang telah ditentukan dan dilaksanakan oleh Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia masih belum memberikan dampak terhadap tingkat pemahaman masyarakat tentang tugas dan wewenang Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia. Pada kenyataannya, penulis menemukan data bahwa masyarakat Indonesia masih belum memiliki pemahaman yang baik tentang tugas dan wewenang DPD RI sebagai Lembaga Negara pada Bidang Legislatif. Hal ini berarti bahwa jumlah informasi yang disebarluaskan tidak dapat menentukan pemahaman masyarakat Indonesia tentang tugas dan wewenang DPD RI.

Beberapa faktor yang memengaruhi tingkat pemahaman masyarakat Indonesia tentang tugas dan wewenang Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia adalah:

1. Masyarakat tidak mendapatkan informasi yang memadai tentang media sosial Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia sehingga tidak dapat mengakses akun media sosial tersebut
2. Konten yang disajikan dalam media sosial cenderung membosankan dan tidak ada hal yang baru karena hampir selalu menginformasikan tentang rapat kerja sehingga masyarakat tidak tertarik untuk menonton

3. Tidak ada konten yang bersifat hiburan atau konten yang membahas informasi ringan yang relevan dengan kehidupan masyarakat

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penulis dapat merumuskan masalah yakni: apakah pembuatan Video Kampanye Edukasi Politik dapat secara efektif dan efisien memberikan edukasi kepada masyarakat yang termasuk dalam kategori Generasi Zoomer (Generasi Z)?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis paparkan di atas maka tujuan pelaksanaan proyek video edukasi politik adalah untuk memberikan edukasi tentang tugas dan wewenang DPD RI melalui media sosial YouTube dan Instagram. Adapun pertimbangan penulis dalam memilih dua platform media sosial tersebut adalah melihat data penggunaan media sosial di Indonesia dan kekuatan media sosial dalam menyebarkan informasi secara *real time* dan luas. Dalam video, akan ditampilkan tokoh-tokoh yang memiliki pengaruh penting dalam politik khususnya dalam DPD RI. Adapun tokoh-tokoh yang dimaksud adalah Ketua DPD RI dari masa ke masa. Hal ini sesuai dengan konsep teori PR Politik dan kampanye. Adanya Ketua DPD RI dalam Video Kampanye Edukasi Politik menjadi daya tarik yang relatif kuat. Adapun target audiens dari kampanye ini adalah masyarakat yang termasuk dalam kategori Generasi Zoomer (Generasi Z). Edukasi tentang politik merupakan hal yang penting karena keputusan-keputusan penting yang dibuat pejabat tinggi negara (terutama Anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia) dapat memengaruhi kesejahteraan dan kemajuan bangsa.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat bagi Mahasiswa

1) Mahasiswa mendapatkan ilmu dan wawasan yang mendalam berkaitan dengan strategi yang harus digunakan untuk dapat menyebarkan informasi tentang tugas dan wewenang dari Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia dengan kondisi demografi Indonesia saat ini yang didominasi oleh penduduk dengan kategori usia yang termasuk dalam Generasi Zoomer (Generasi Z)

- 2) Mahasiswa mendapatkan keterampilan dalam memproduksi konten tentang tugas dan wewenang dari Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia
- 3) Mahasiswa mendapatkan pengetahuan baru tentang karakteristik dari media sosial yang dipilih untuk menyebarluaskan informasi tentang tugas dan wewenang dari Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia. Adapun media sosial yang dipilih adalah Instagram, YouTube dan TikTok
- 4) Mahasiswa membantu Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia dalam mempublikasikan informasi tentang tugas dan wewenang dari Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia

1.4.2 Manfaat bagi Universitas

1. Mahasiswa dari Universitas Diponegoro yang menyelesaikan Tugas Akhir akan mendapatkan kompetensi akademik, praktis dan teknis. Hal ini juga dapat memberikan manfaat bagi Universitas untuk jangka panjang.
2. Universitas Diponegoro akan semakin dikenal oleh masyarakat luas sehingga akan mendapatkan citra dan reputasi yang positif.
3. Penyelesaian Tugas Akhir yang dari mahasiswa dari Universitas Diponegoro dapat menjadi landasan bagi mahasiswa terutama mahasiswa dari Universitas Diponegoro untuk melaksanakan penelitian pada bidang yang relevan.

1.4.3 Manfaat bagi Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia

- 1) Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia akan semakin dikenal oleh masyarakat Indonesia sehingga dapat memberikan pengaruh yang positif bagi lembaga terkait baik secara jangka pendek maupun jangka panjang.
- 2) Publikasi informasi dari Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia akan bertambah dengan adanya Tugas Akhir dari mahasiswa Universitas Diponegoro

1.4.4 Manfaat bagi Masyarakat

- 1) Masyarakat Indonesia mendapatkan pemahaman yang baik terhadap tugas dan wewenang dari Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia sehingga dapat membedakan dengan Lembaga Tinggi Negara yang lain
- 2) Masyarakat yang telah memahami tugas dan wewenang Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia dapat memberikan aspirasi ketika Anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia melaksanakan reses atau kunjungan kerja ke daerah pemilihan (dapil) masing-masing

1.5 Luaran

Hasil dari Tugas Akhir yang akan dibuat oleh penulis adalah gerakan kampanye edukasi politik dengan format video. Nantinya, video kampanye edukasi politik tersebut akan disebarluaskan di media sosial Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia yang telah dipilih oleh penulis yakni Instagram, YouTube dan TikTok). Adapun judul dari video kampanye edukasi politik tersebut adalah sebagai berikut:

“DPD RI: Terus Melangkah Memperjuangkan Kepentingan Daerah dan Kemajuan Indonesia”

Video kampanye edukasi politik tersebut juga akan disebarluaskan di kantor-kantor Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia yang ada di daerah-daerah. Penulis dengan bekerja sama dengan instansi terkait atau dalam hal ini adalah Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Indonesia akan menayangkan video edukasi politik ini pada saat kegiatan delegasi. Kegiatan delegasi adalah kunjungan dari *stakeholder* eksternal yang dilaksanakan dengan tujuan untuk mempelajari tentang tugas dan fungsi dari Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia serta untuk menyerap aspirasi dari masyarakat secara langsung (Biro Protokol, Hubungan Masyarakat dan Media, 2022, hal. 40).