

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan mekanisme penting dalam mewujudkan sistem demokrasi perwakilan dan menjamin proses pergantian pemerintahan yang tertib dan berkala. Pemilu menjadi sarana bagi masyarakat untuk menyalurkan kedaulatannya melalui asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil yang berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila serta Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Melalui Pemilu, masyarakat terlibat secara langsung dalam memilih wakil rakyat dan pemimpin bangsa, serta memiliki peluang untuk berkontribusi dalam menentukan arah kebijakan dan keputusan politik yang memengaruhi kehidupan bernegara. Dengan demikian, partisipasi aktif masyarakat dalam Pemilu memiliki peran strategis dalam membentuk masa depan bangsa yang tertera pada Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum.

Pemilih pemula merupakan bagian yang tidak dapat ditinggalkan dan dipisahkan dalam upaya mewujudkan kualitas demokrasi melalui Pemilu. Berdasarkan prediksi Komisi Pemilihan Umum (KPU), hampir 60% pemilih pada Pemilu 2024 termasuk dalam kategori pemilih pemula. Pemilih pemula adalah individu yang baru pertama kali atau belum lebih dari dua kali menggunakan hak pilihnya dalam Pemilu Nasional di Indonesia. Secara umum, pemilih pemula berada dalam rentang usia 17 hingga 21 tahun. Pemilih pemula yang merupakan bagian dari generasi Z, merupakan kelompok yang aktif dalam mencari informasi, terutama melalui media sosial (Perangin-angin & Zainal, 2018), tanpa memandang kebenaran atau keakuratan informasi tersebut. Dengan memanfaatkan saluran politik yang tepat, literasi politik dapat menjadi solusi dalam mencegah penyebaran informasi hoaks di kalangan pemilih pemula Saleh dkk, (2021) dalam (Anshori, Rudianto, & Izharsyah, 2023).

(Menurut Boulianne ,2020) Pemilih pemula merupakan salah satu kelompok yang menjadi sasaran dalam setiap Pemilihan Umum (Pemilu). Generasi muda Indonesia yang tinggal di kota terlibat dalam banyak kegiatan politik. Internet menjadi bagian penting dari partisipasi politik mahasiswa pada penelitian Ida *et al* . dalam (Saad et al., 2020). Dalam proses menentukan pilihan politiknya, pemilih pemula sangat bergantung pada informasi yang diperoleh melalui media sosial. Kehadiran media sosial mampu memperkuat pandangan politik yang telah dimiliki atau bahkan mengubah persepsi politik pemilih. (Sitompul, Sitorus, Sibuea, & Elsi, 2024) Informasi yang tersebar di media sosial dapat mempengaruhi persepsi pemilih pemula terhadap partai politik, kandidat pemilu, dan isu politik.

Selain itu, media sosial juga memiliki peran penting dalam membentuk preferensi politik dan perilaku pemilih pemula. Telah diakui bahwa media sosial berpengaruh besar terhadap partisipasi politik individu, khususnya di kalangan pemilih pemula dengan memberikan dampak nyata terhadap keterlibatan politik dan pengambilan keputusan selama pemilu (Rozi, Normansyah, & Sjam, 2024). Penggunaan media sosial untuk tujuan politik semakin umum di kalangan generasi muda menunjukkan perannya dalam membentuk preferensi dan perilaku politik pemilih pemula (Rozi, Normansyah, & Sjam, 2024).

Literasi politik merupakan upaya yang dilakukan secara berkesinambungan guna membangun kepekaan masyarakat terhadap setiap informasi dan isu politik yang sedang berkembang(Ridha & Riwanda, 2020). Melalui konteks pesan politik sangat mempengaruhi sikap dari pemilih itu sendiri(Anshori dkk,2021).Oleh karena itu, peningkatan literasi politik bagi pemilih pemula menjadi sangat penting agar mereka dapat menjadi pemilih yang lebih kritis dan rasional, serta mampu menangkal penyebaran informasi hoaks yang dapat memengaruhi stabilitas demokrasi.

Masyarakat Antifitnah Indonesia (Mafindo) mencatatkan temuan sebanyak 2.330 hoaks sepanjang tahun 2023. Dari jumlah tersebut, 1.292 hoaks di antaranya terkait dengan politik, termasuk di dalamnya hoaks yang berhubungan dengan Pemilu 2024. Jumlah hoaks politik ini meningkat hampir dua kali lipat dibandingkan dengan periode Pemilu 2019 yang tercatat sebanyak 644 hoaks. Karenanya upaya komprehensif perlu dilakukan untuk mencegah dan menangani hoaks untuk menjaga kedamaian Pemilu 2024. Kementerian Komunikasi dan Informatika melaporkan bahwa ada 800.000 akun media

sosial yang menyebarkan hoaks. Dari data Januari hingga Juni 2024, menunjukkan bahwa tema politik ini konsisten menjadi isu utama setiap bulan, menggarisbawahi tingginya intensitas disinformasi terkait tahapan Pemilu 2024. Namun dari 2119 hoaks yang ditemukan, isu Pemilu diangkat secara khusus dalam 31,6% temuan (Media Indonesia, 2024).

Berdasarkan Peraturan dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang, sebagaimana tercantum dalam Pasal 144, bagian Hubungan Masyarakat dan Informasi Publik yang disebutkan dalam Pasal 139 huruf b, memiliki tugas untuk mengelola hubungan dengan masyarakat dan perpustakaan, mengembangkan strategi penyebaran informasi kepada publik melalui berbagai media, termasuk media sosial, serta melakukan peliputan dan pendokumentasian kegiatan. KPU Kota Semarang memiliki humas yang dikenal sebagai bidang komunikasi instansi yang bertugas untuk menyampaikan informasi yang transparan, akurat, dan penggunaan media sosial untuk kegiatan penyampaian informasi atau kampanye publik sehingga dapat mengetahui tingkat kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam literasi politik. Jika dibandingkan dengan KPU di kota lain, KPU Kota Semarang memiliki kelebihan, yaitu keterlibatan langsung dalam tim anti hoaks lokal, pengelolaan aduan yang baik, serta upaya kolaboratif KPU Kota Semarang yang cukup baik dalam memperkuat literasi dan pencegahan hoaks yang dilansir di web resmi diskominfo.semarangkota.go.id yang berdasarkan Peraturan Daerah Keterbukaan Informasi Publik Semarang. Kota Semarang memiliki masalah kompleks dalam pemerintahan maupun masyarakatnya, salah satunya merupakan masalah politik dalam penyelenggaraan pemilihan umum, yaitu fenomena hoaks pasca pemilu. Diskominfo mencatat tingginya potensi hoaks menjelang Pilkada 2024, KPU Kota Semarang menjadi Lembaga utama dalam tim “Jaga Fakta” untuk percepatan klarifikasi yang dilansir pada web resmi kota-semarang.kpu.go.id. Untuk itu, KPU Kota Semarang perlu mengembangkan berbagai strategi komunikasi yang lebih efektif untuk meredam hoaks yang akan memperkuat proses pemilu yang lebih terpercaya dan melindungi publik dari dampak negatif hoaks yang dapat merusak demokrasi serta supaya masyarakat dapat lebih cerdas dalam menyaring informasi dan tetap menjaga integritas Pemilu 2024.

Faktor-faktor yang telah dipaparkan sebelumnya menjadi resiko yang perlu diantisipasi oleh para pihak yang terkait penyelenggara Pemilu. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang sebagai penyelenggara Pemilu dan Pilkada pada tingkat kota juga menyadari bahwa pentingnya mengakomodir pemilih terutama pemilih pemula untuk menyukseskan Pemilu dan Pilkada. Bahwa sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah, Kota Semarang memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak sekitar 1.265.192 jiwa dengan rincian 613.751 ribu jiwa (48,5%) berjenis kelamin laki-laki dan 651.441 ribu jiwa (51,5%) perempuan (Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2024). Dengan jumlah angka tersebut, pastinya dibutuhkan strategi yang matang dan tepat jika ingin memaksimalkan partisipasi pemilih pemula dalam Pemilu serentak yang akan datang. Berdasarkan data yang dihimpun dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang, berikut merupakan rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) pemilih pemula Pemilu Tahun 2019-2024.

Tabel 1. 1 Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilih Pemula Tahun 2019-2024

Tahun	Jumlah Pemilih Pemula Usia (17-21 tahun)	Jumlah Pemilih Pemula Usia (17 Tahun)
2019	109.594	7.571
2020	146.530	22.988
2024	275.137	26.031

Berdasarkan tabel 1.1 menjelaskan bahwa dari tahun 2019 hingga 2024 ada kecenderungan peningkatan pada jumlah pemilih pemula khususnya untuk usia 17 tahun, sehingga dapat menimbulkan risiko kecenderungan pada pemilih yang memiliki potensi untuk mengubah preferensi politik mereka dari satu partai atau kandidat ke partai atau kandidat lain dalam pemilihan yang disebut sebagai *swing voter*. Dalam mewujudkan hal

tersebut, maka Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang membangun Divisi Hubungan Partisipasi Masyarakat sebagai fasilitator membuat strategi terkait kegiatan Pemilihan Umum untuk masyarakat. Berdasarkan PKPU (Peraturan Komisi Pemilihan Umum) No.06 Tahun 2008 Pasal 183, dijelaskan bahwa “Subbagian Hubungan Partisipasi Masyarakat mempunyai tugas mengumpulkan dan mengolah bahan teknis penyelenggaraan Pemilu dan proses administrasi dan verifikasi.

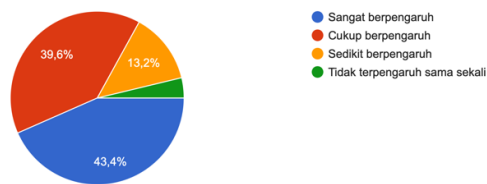
Hoaks yang beredar luas, terutama di media sosial, banyak sekali diberdayakan oleh berbagai pihak supaya mempengaruhi persepsi pemilih, termasuk pemilih pemula yang masih rentan terhadap disinformasi. Sebagai Langkah proaktif dalam menangkali hoaks, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang bekerjasama dengan KPU RI telah melakukan klarifikasi terhadap berita palsu, yaitu berita “Anak Kelas 2 MTS Bobol Situs KPU pada Pemilu 2019” yang diposting di akun Facebook resmi KPU RI. Klarifikasi resmi disampaikan melalui akun Facebook KPU RI yang juga merangkum kanal-kanal daerah, seperti KPU Kota Semarang dan pada web resmi kota-semarang.kpu.go.id menyatakan bahwa klaim tersebut adalah hoaks, dan pada akun resmi KPU RI, masyarakat dihibau untuk berhati-hati terhadap informasi tidak valid yang dapat menyesatkan.

(Yunita, 2023) iklan layanan masyarakat berbasis digital adalah salah satu cara yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas dalam upaya memerangi hoaks dan dengan menggunakan platform digital, iklan ini dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat dari berbagai usia dan latar belakang.

Menurut (Setiawan, Gemiharto, & Masrina, 2025) platform Instagram memberikan peluang besar bagi pemerintah untuk berkomunikasi melalui iklan layanan masyarakat secara efektif dengan masyarakat dan melalui platform Instagram ini dapat meningkatkan partisipasi publik karena memiliki fitur-fitur yang disediakan, seperti *Instastory*, *Reels*, dan *Explore*.

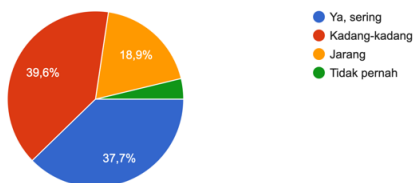
Selanjutnya, penulis telah melakukan penelitian dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada Daftar Pemilih Tetap (DPT) pemilih pemula Kota Semarang yang berusia 17-21 tahun yang telah menggunakan hak pilihnya pada Pemilu 2024 terkait pengaruh informasi media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula kota Semarang pada Pemilu 2024.

Seberapa besar pengaruh informasi dari media sosial terhadap keputusan Anda dalam memilih calon atau partai politik?
53 jawaban



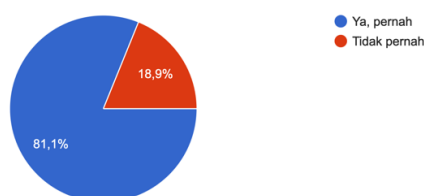
Gambar 1.1 Hasil Survei Tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Dalam Memilih

Apakah Anda pernah merasa ragu dengan pilihan politik Anda setelah melihat informasi di media sosial?
53 jawaban



Gambar 1.2 Hasil Survei Tentang Pendapat Responden Setelah Melihat Informasi di Media Sosial

Apakah Anda pernah mengubah pilihan politik Anda karena informasi yang didapat dari media sosial?
53 jawaban



Gambar 1.3 Hasil Kuisisioner Yang Dilakukan Oleh Penulis

Didapatkan data penguat bahwa informasi yang diterima dari media sosial sangat

mempengaruhi keputusan pemilih pemula untuk ikut memilih dalam Pemilu 2024, dan pemilih pemula kadang-kadang merasa ragu dengan pilihan politiknya setelah melihat informasi di media sosial, serta pemilih pemula pernah mengubah pilihan politiknya karena informasi yang didapat dari media sosial.

Dengan ditemukannya fenomena tersebut, maka dalam tugas akhir ini mengangkat tema pencegahan penyebaran informasi hoaks terhadap pemilih pemula yang berjudul “ **PRODUKSI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT ANTI HOAKS DI INSTAGRAM KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) KOTA SEMARANG** “

1.2 Rumusan Masalah

Dalam proses Pemilu, pemilih pemula memiliki peran yang sangat penting karena termasuk dalam kategori *swing voter*, yaitu kelompok pemilih yang cenderung belum memiliki preferensi politik yang kuat dan masih dapat berubah-ubah dalam menentukan pilihannya. Namun, rendahnya literasi politik dan digital di kalangan pemilih pemula membuat mereka lebih rentan terhadap penyebaran informasi hoaks terkait Pemilu. Penyebaran informasi hoaks ini dapat mempengaruhi keputusan politik mereka secara tidak rasional, sehingga berpotensi mengganggu integritas demokrasi. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam terkait strategi yang dapat diterapkan untuk mencegah penyebaran hoaks di kalangan pemilih pemula serta peran Lembaga Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam memberikan edukasi guna meningkatkan kesadaran serta literasi digital kepada pemilih pemula agar mereka

1.3 Tujuan

Meningkatkan kesadaran pemilih pemula tentang pentingnya mencegah penyebaran informasi hoaks melalui produksi Iklan Layanan Masyarakat (ILM).

1.4 Manfaat

Pada karya tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan suatu pemahaman baru dan edukasi untuk masyarakat khususnya bagi pemilih pemula. Melalui iklan layanan masyarakat ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan informasi dalam pencegahan dan meredam informasi hoaks serta peran pemilih pemula dalam membantu penyelenggara pemilu untuk meningkatkan kualitas pemilu khususnya di

wilayah Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang.

1.4.1 Manfaat Teori

Pembuatan karya dalam bidang ini merupakan bentuk penerapan langsung dari pengetahuan tentang produksi media kehumasan yang telah diperoleh selama perkuliahan. Iklan layanan masyarakat ini dirancang dengan mengacu pada prinsip-prinsip produksi media, seperti tahap perencanaan, pengembangan konsep, penulisan naskah, pengambilan gambar, proses penyuntingan, hingga distribusi iklan. Penerapan ilmu tersebut bertujuan untuk menghasilkan iklan layanan masyarakat yang informatif, menarik, dan efektif dalam menyampaikan pesan mengenai pencegahan penyebaran informasi hoaks kepada pemilih pemula. Dalam proses produksinya, pembuat karya akan memanfaatkan secara optimal berbagai media dan teknologi pendukung, seperti kamera, perangkat lunak penyuntingan video, serta platform media sosial, guna memperluas jangkauan pesan dan meningkatkan efektivitas komunikasi. Dengan demikian, pengetahuan yang telah diperoleh di bangku kuliah dapat diwujudkan dalam bentuk karya yang bermanfaat, khususnya dalam meningkatkan kesadaran pemilih pemula di Kota Semarang terhadap bahaya informasi hoaks.

1.4.2 Manfaat Praktis

Pembuatan karya bidang ini bertujuan untuk membantu Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang dalam meningkatkan kepedulian masyarakat khususnya pemilih pemula terhadap banyaknya berita hoaks yang beredar yang dapat mempengaruhi kualitas pemilu. Dalam hal ini pelaksana penciptaan karya melihat peluang dari sebuah media edukasi dalam meningkatkan kesadaran pemilih pemula terkait banyaknya berita hoaks yang beredar serta dapat meredam dan mencegah berita hoaks bagi warga Kota Semarang melalui suatu program yang bersifat persuasif, edukatif, dan informatif dalam bentuk iklan layanan masyarakat.

1.4.3 Manfaat Sosial

Pembuatan karya bidang ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pemahaman pemilih pemula dalam mencegah berita hoaks serta tindakan pencegahannya melalui program iklan layanan masyarakat. Dengan meningkatnya pemahaman, masyarakat khususnya pemilih pmula diharapkan akan lebih berhati-hati dalam menerima informasi, dapat menyaring informasi terlebih dahulu, dan melakukan pengecekan informasi tersebut valid atau tidak. Dimana hal ini sesuai dengan peran dan fungsi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang sebagai penyelenggara pemilu yang jujur dan profesional.

1.3 Luaran

Adapun luaran dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah lima Video Iklan Layanan Masyarakat yang berdurasi kurang lebih selama 2 menit yang berjumlah 5 item.