

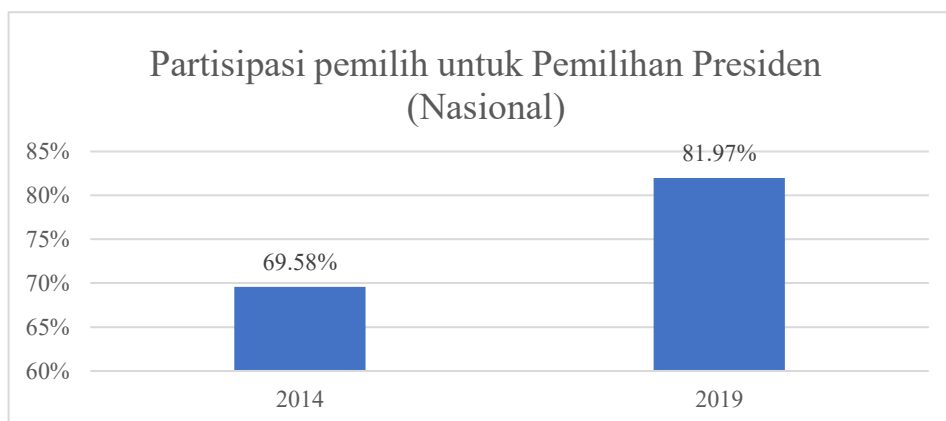
BAB I.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemilihan Umum (Pemilu) dan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak yang akan diselenggarakan pada tahun 2024 menjadi fenomena penting dalam perjalanan demokrasi di Indonesia. Pemilihan secara serentak ini merupakan salah satu bentuk terobosan dalam proses politik nasional karena akan menjadi ajang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden serta anggota legislatif di tingkat pusat, provinsi, hingga kabupaten/kota. Pemilihan Presiden dan legislatif akan dilaksanakan pada 14 Februari 2024, kemudian dilanjutkan dengan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) tingkat provinsi dan kabupaten/kota pada 27 November 2024. Jika berkaca pada Pemilu dan Pilkada serentak tahun 2019, berdasarkan pernyataan Komisi Pemilihan Umum (KPU, 2019), tingkat partisipasi masyarakat Indonesia dalam pemilihan presiden mencapai 81,97 persen.

Angka ini telah melampaui target nasional KPU sebesar 77 persen (Kompas, 2019). Capaian tersebut juga meningkat dibandingkan tingkat partisipasi pemilihan presiden tahun 2014 yang hanya mencapai 69,58 persen (KPU, 2014; Detik News, 2014). Meskipun demikian, Lembaga Survei Indonesia (LSI) mencatat bahwa pada Pemilu dan Pilkada serentak 2019 tingkat golongan putih (golput) dalam pemilihan legislatif justru lebih tinggi dibandingkan pemilihan presiden, yakni sebesar 29,68 persen. Salah satu faktor utama perbedaan tingkat partisipasi tersebut adalah kecenderungan masyarakat yang lebih fokus pada calon presiden dibandingkan calon legislatif. Kondisi ini juga dipengaruhi oleh keterbatasan eksposur dan akses informasi mengenai calon legislatif di daerah masing-masing.



Gambar 1.1. Jumlah Partisipasi Pemilih Untuk Pemilu Presiden dari Pemilihan Tahun 2014 dan 2019

Angka partisipasi pemilih tersebut dihitung berdasarkan perbandingan antara jumlah pemilih terdaftar dengan jumlah pemilih yang menggunakan hak suaranya. Data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat relatif aktif berpartisipasi dalam pemilihan presiden, namun kondisi tersebut tidak sepenuhnya tercermin dalam pemilihan legislatif. Hal ini menjadi tantangan tersendiri, terutama jika dikaitkan dengan tingkat partisipasi pemilih di daerah.

Upaya mempertahankan dan meningkatkan minat partisipasi pemilih menjadi perhatian Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang sebagai penyelenggara Pemilu dan Pilkada di tingkat kota. Menurut Ketua KPU Kota Semarang, Hendry Casandra Gultom (2020), tingkat partisipasi masyarakat dalam Pilkada Kota Semarang tahun 2020 mencapai 68,62 persen, meningkat dibandingkan Pilkada tahun 2015 yang sebesar 65 persen (Aprian, 2020).

Angka partisipasi yang semakin meningkat menjadi kabar yang baik. Namun demikian, Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai lembaga penyelenggara tetap perlu menentukan strategi untuk memastikan bahwa tingkat partisipasi tersebut dapat dipertahankan dan ditingkatkan pada pemilihan selanjutnya. Salah satu potensi terbesar dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu yang menjadi perhatian KPU dapat dilihat dari perkembangan jumlah pemilih muda.

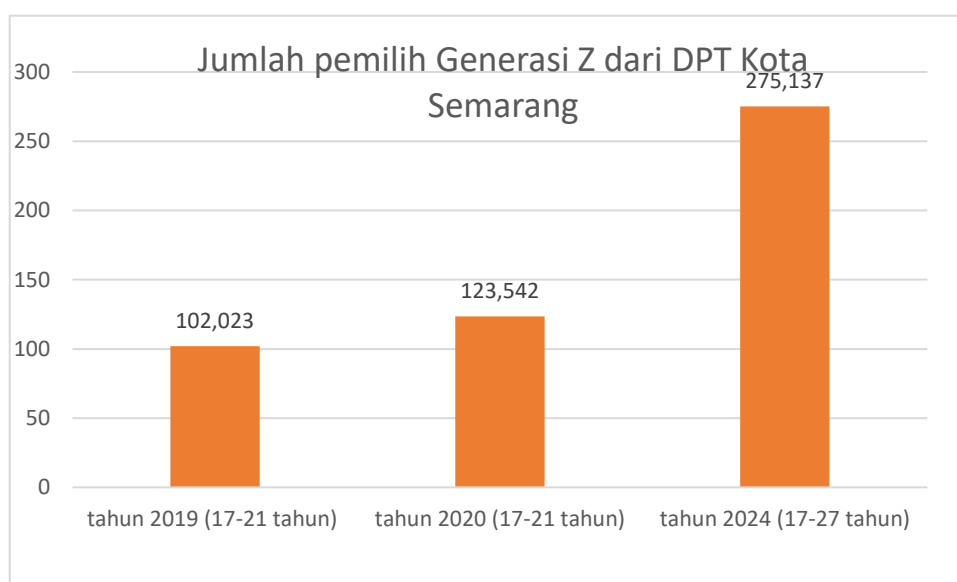
Berdasarkan hasil rapat pleno terbuka rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) Nasional Pemilu 2024 yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum, jumlah pemilih muda dengan rentang usia 17–40 tahun mencapai 115.622.550 jiwa atau sebesar 52 persen dari total pemilih nasional yang berjumlah 204,8 juta jiwa (“KPU Tetapkan DPT Pemilu 2024: Pemilih Muda Capai 52%”, 2023). Jumlah pemilih dari Generasi Z juga menunjukkan peningkatan yang signifikan menjelang pemilihan serentak tahun 2024. Jika dilihat berdasarkan klasifikasi generasi dalam data DPT tersebut, pemilih muda secara nasional terdiri atas generasi milenial sebesar 33,60 persen atau sebanyak 68,8 juta jiwa, diikuti oleh Generasi Z sebesar 22,85 persen atau sebanyak 46,8 juta jiwa.

Pada Pemilu dan Pilkada tahun 2019, jumlah pemilih di Kota Semarang pada rentang usia 17–21 tahun atau mereka yang lahir pada 1998–2002 tercatat sebanyak 102.023 pemilih. Sementara itu, pada tahun 2020, dalam rentang usia yang sama atau mereka yang

lahir pada 1999–2003, jumlah pemilih meningkat menjadi 123.542. Angka tersebut menunjukkan peningkatan jumlah pemilih muda yang masih berstatus sebagai pelajar.

Jumlah pemilih muda ini terus mengalami peningkatan, seiring dengan diumumkannya data Daftar Pemilih Tetap (DPT) untuk persiapan Pemilu dan Pilkada serentak tahun 2024 oleh KPU Kota Semarang melalui akun Instagram resmi mereka. Dalam klasifikasi tersebut, KPU Kota Semarang mengelompokkan Generasi Z sebagai bagian dari pemilih muda dengan rentang usia 17–27 tahun atau mereka yang lahir pada 1997–2007, dengan jumlah mencapai 275.137 pemilih. Berdasarkan data DPT Kota Semarang untuk Pemilu dan Pilkada serentak tahun 2024, Generasi Z mencakup 22,2 persen dari total pemilih atau sebanyak 275.137 jiwa.

Meskipun Generasi Z menempati urutan kedua dalam kontribusi jumlah pemilih muda di Kota Semarang setelah generasi milenial yang berjumlah 405.558 pemilih, kondisi ini tetap menunjukkan potensi besar Generasi Z dalam meningkatkan angka partisipasi pemilih muda pada pemilihan selanjutnya. Pada Pemilu tahun 2024, KPU Kota Semarang kembali melakukan pembaruan data terkait jumlah DPT Generasi Z pada Pemilihan Wali Kota (Pilwalkot) 2024. Dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, jumlah pemilih Generasi Z tercatat meningkat menjadi 279.723 jiwa atau sebesar 22,11 persen dari total keseluruhan DPT



Gambar 1.2. Jumlah Pemilih Generasi Z Dari DPT Kota Semarang Periode 2019-2024



Gambar 1.3. Hasil DPT Pilwakot Semarang Berdasarkan Klasifikasi

Sumber : Instagram KPU Kota Semarang @Kpukotasemarang

Selain melihat data kuantitatif terkait tingkat partisipasi masyarakat dalam menggunakan hak suara, pemerintah juga perlu memperhatikan secara kualitatif bentuk partisipasi masyarakat dalam kegiatan Pemilu dan Pilkada. Pemerintah perlu menyediakan fasilitas yang dapat mengakomodasi masyarakat agar dapat menyalurkan pilihan politik mereka dalam pemilu.

Dalam penelitian sebelumnya, Delmana et al. (2019) menjelaskan bahwa indikator penilaian kualitas pemilu dapat dilihat dari seluruh tahapan penyelenggaraan, mulai dari pra-pemilu, masa pemilu, hingga pasca pemilu. Aspek pra-pemilu meliputi kerangka peraturan hukum, sistem penyelenggaraan pemilu, badan penyelenggara pemilu, perencanaan program dan anggaran, sosialisasi proses pemilu kepada masyarakat, serta keterlibatan partai politik dan organisasi masyarakat.

Pada aspek masa pemilu, hal-hal yang perlu diperhatikan meliputi pendaftaran pemilih, verifikasi peserta, pemenuhan hak memilih dan dipilih di masyarakat, pemetaan daerah pemilihan, pencalonan, logistik, kampanye, hingga proses perhitungan suara, baik secara cepat maupun penetapan hasil akhir. Aspek penting lainnya adalah

pasca pemilu, yaitu bagaimana pemerintah menangani sengketa hasil perhitungan suara serta proses perolehan kursi oleh partai politik.

Mengingat persiapan dalam pemilu dan Pilkada yang berlangsung dalam jangka panjang, penting bagi Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk memberikan akses informasi kepada masyarakat agar partisipasi mereka dalam pemilu merupakan keputusan yang diinformasikan (*informed decision*). Akses informasi yang menyeluruh diharapkan dapat memengaruhi minat masyarakat untuk terlibat dalam proses pemilu.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 9 Tahun 2022 pada Pasal 31 menjelaskan bahwa akses informasi kepada masyarakat mengenai pemilu dapat dilakukan melalui kegiatan sosialisasi dan pendidikan pemilih. Pada Pasal 33 dijelaskan bahwa materi kegiatan sosialisasi pada dasarnya mencakup tahapan teknis penyelenggaraan pemilu serta wewenang KPU dalam penyelenggaraan pemilu. Sementara itu, pendidikan pemilih sebagaimana diatur dalam Pasal 35 berisi upaya peningkatan partisipasi masyarakat melalui pemahaman tahapan pemilu, pembangunan sinergi dengan kelompok-kelompok masyarakat, manajemen konflik dalam pemilu, serta penumbuhan sikap kesukarelawanan dalam proses pemilihan.

Menurut buku Pedoman Pemilih yang dirilis oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU, 2015), salah satu prinsip penting dalam pendidikan dan sosialisasi pemilih untuk meningkatkan minat partisipasi adalah orientasi pada kepentingan pemilih sebagai warga negara. Prinsip ini penting agar pemilih memiliki informasi yang memadai sehingga dapat diarahkan menjadi pemilih yang kritis. Kebutuhan pemilih dapat dipahami melalui prinsip kontekstual, yaitu dengan mengaitkan materi pendidikan dan sosialisasi pemilih dengan isu-isu terkini serta menyesuaikannya dengan kondisi yang terjadi di lingkungan mereka. Prinsip-prinsip tersebut dapat memengaruhi tingkat kesukarelawanan pemilih dalam menggunakan hak suara mereka.

Prinsip ini menjadi sangat penting, terutama dalam pelaksanaan pemilihan kepala daerah yang akan diselenggarakan secara serentak pada 27 November 2024. Pada tingkat kedaerahan, banyak pemilih membutuhkan informasi yang berkaitan langsung dengan isu-isu lokal yang mereka hadapi. Penyesuaian informasi secara kontekstual diharapkan dapat meningkatkan tingkat pemahaman pemilih dan membantu mereka dalam memilih pilihan yang tersedia.

Pemilih muda merupakan bagian dari agen perubahan bagi negara karena mereka adalah generasi yang akan merasakan dampak langsung dari kebijakan pemerintah di masa mendatang. Meskipun partisipasi pemilih muda dinilai krusial, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana menjaga minat mereka terhadap pemilu, khususnya pada tingkat kedaerahan dalam Pilkada. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah menyediakan akses informasi mengenai Pemilu dan Pilkada yang akurat serta relevan dengan permasalahan di daerah mereka.

Untuk memahami dorongan pemilih muda dalam menentukan pilihan, terdapat beberapa model perilaku yang sering dibahas dalam penelitian terdahulu, antara lain model sosiologis pemilih, psikologis pemilih, dan pilihan rasional. Setiap model perilaku memiliki faktor-faktor yang berbeda yang menjadi pertimbangan penting bagi pemilih dalam menentukan pilihannya.

Sebagian pemilih generasi Z baru pertama kali berpartisipasi sebagai pemilih pemula pada Pemilu 2019 atau Pilkada 2020. Jumlah pemilih pada kelompok usia ini diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan penyelenggaraan pemilu serentak tahun 2024. Sebagai pemilih pemula, pilihan mereka banyak dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, yang dapat dijelaskan melalui model perilaku sosiologis dan psikologis.

Dalam model perilaku sosiologis, pemilih menentukan pilihan berdasarkan kedekatan dengan kelompok sosiologis seperti agama, status sosial, pekerjaan, dan usia. Sementara itu, dalam model perilaku psikologis, pemilih menentukan pilihan berdasarkan kedekatan emosional, seperti ideologi, kehendak pribadi, serta persepsi terhadap kandidat. Berdasarkan hasil survei dalam sebuah penelitian, salah satu faktor sosiologis yang paling memengaruhi pilihan calon legislatif bagi pemilih pemula adalah kesamaan agama dengan kandidat. Faktor lingkungan juga berpengaruh cukup besar, di mana pemilih cenderung memilih kandidat yang paling banyak didukung oleh orang-orang di sekitar mereka. Namun demikian, penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor yang paling menentukan pilihan pemilih pemula justru adalah latar belakang kandidat legislatif, baik dari sisi pendidikan maupun pengalaman kepemimpinan (Emilia & Ichwanuddin, 2015).

Anthony Downs menjelaskan bahwa pemilih menentukan pemimpin berdasarkan kebijakan yang dianggap dapat meningkatkan keuntungan kolektif di masa depan (dalam Emilia & Ichwanuddin, 2015; Fernanda & Kartika, 2021). Firmanzah (dalam Prasetyawati & Adi, 2020) juga menjelaskan bahwa pemilih yang berorientasi secara rasional cenderung memilih kandidat yang mampu menawarkan *problem-solving policy*, yaitu kebijakan yang memberikan solusi atas permasalahan penting di masyarakat. Oleh karena itu, pemilih dengan model perilaku rasional akan mempertimbangkan pilihan mereka secara matang, mulai dari visi dan misi kandidat, kebijakan yang diusulkan, hingga kecakapan kandidat dalam memimpin. Pada model perilaku ini, faktor sosiologis dan psikologis tidak lagi menjadi pertimbangan utama. Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu dengan sasaran pemilih muda maupun pemilih pemula, dapat disimpulkan bahwa model perilaku rasional memiliki pengaruh paling signifikan dalam menentukan pilihan pemilih muda (Emilia & Ichwanuddin, 2015; Febriani & Ludi, 2018; Prasetyawati & Adi, 2020; Sagita et al., 2018).

Menurut Kepala Departemen Politik dan Perubahan Sosial lembaga survei CSIS, Arya Fernandes, pemilih muda memiliki karakter yang dinamis dan adaptif serta peduli terhadap isu-isu seperti kesehatan, lingkungan, ketenagakerjaan, demokrasi, dan pemberantasan korupsi (Saubani, 2022). CSIS juga menjelaskan bahwa pemilih muda pada Pemilu 2024 cenderung menyukai pemimpin yang memiliki karakter antikorupsi, inovatif, dan mampu memimpin dalam situasi krisis. Karakteristik ini membuat pemilih muda tidak lagi mudah dipengaruhi oleh metode kampanye tradisional. Oleh karena itu, penyelenggara pemilu perlu memberikan informasi yang mampu menyoroti kebijakan-kebijakan krusial yang berdampak langsung pada isu-isu tersebut.

Dengan demikian, untuk meningkatkan minat generasi Z agar bersedia berpartisipasi dan memilih, pendekatan kampanye tradisional tidak lagi memadai. Karakteristik unik generasi Z menuntut adanya akses informasi yang menyeluruh sebelum mereka menentukan pilihan. Salah satu aspek penting yang mereka pertimbangkan adalah kemampuan kandidat dalam menyelesaikan permasalahan yang relevan bagi kehidupan mereka. Hal ini berbeda dengan tren pemilihan sebelumnya yang cenderung menitikberatkan pada popularitas dan elektabilitas kandidat.

Daniel Deha (2021) menjelaskan bahwa populisme menjadi salah satu tren dalam pemilihan sebelumnya, di mana kandidat membangun citra sebagai sosok yang dekat

dengan rakyat dan menekankan janji-janji kepada masyarakat. Penelitian tersebut mengamati gaya berpolitik Presiden Joko Widodo dan Prabowo Subianto pada Pemilihan Presiden 2019. Secara khusus, gaya populisme Prabowo Subianto ditunjukkan melalui pengangkatan isu perlawanan terhadap elite yang dianggap merugikan rakyat, seperti kebocoran APBN, peningkatan utang, pertumbuhan ekonomi, hingga isu nasionalisme. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya populisme tersebut tidak secara signifikan meningkatkan minat pemilih muda. Strategi ini lebih berfokus pada penokohan kandidat dibandingkan substansi pesan yang disampaikan, yang cenderung relevan bagi pemilih dengan orientasi psikologis.

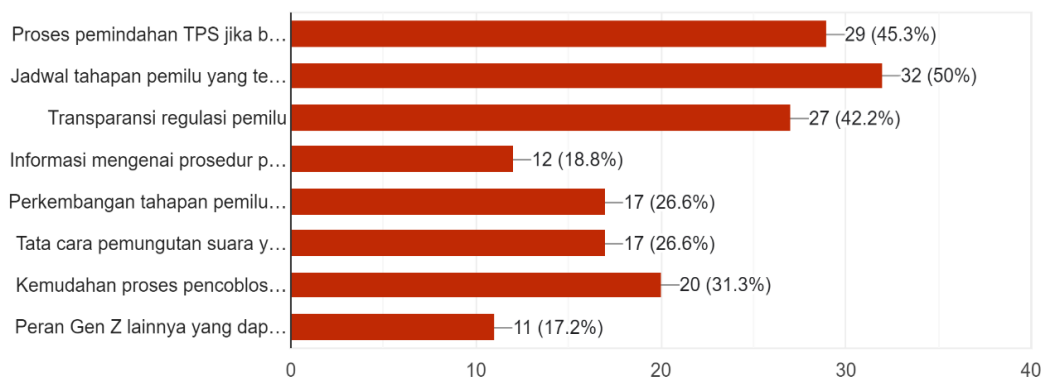
Sejalan dengan tren generasi Z, penokohan kandidat sebagai sosok yang merakyat tidak lagi menjadi pertimbangan utama dalam menentukan minat memilih. Berdasarkan survei yang dirilis CNN Indonesia (2023) dengan mengacu pada data *Center for Strategic International Studies (CSIS)* pada Agustus 2022, karakter merakyat yang identik dengan populisme hanya mencakup 13,34%. Karakter utama yang diharapkan pemilih muda adalah kejujuran dan sikap antikorupsi (31,18%), diikuti oleh prestasi kepemimpinan (15,05%). Bahkan, dalam pertanyaan mengenai kompetensi kepemimpinan, kemampuan untuk menciptakan perubahan menjadi kompetensi yang paling diharapkan oleh pemilih muda generasi Z (28,7%).

Dalam survei yang sama, isu kesejahteraan rakyat menjadi perhatian utama pemilih muda dengan persentase 44,4%, diikuti oleh isu lapangan kerja (21,3%) dan pemberantasan korupsi (15,9%). Oleh karena itu, pemilih generasi Z sebagai bagian dari pemilih muda cenderung mencari kandidat yang mampu membawa perubahan pada isu-isu yang mereka anggap penting.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kompetensi dalam menciptakan perubahan serta kepemimpinan yang jujur dan antikorupsi merupakan faktor utama yang menentukan pilihan pemilih muda generasi Z dalam Pemilu dan Pilkada mendatang. Hasil survei juga menunjukkan bahwa pemilih muda bersikap kritis terhadap isu-isu ekonomi dan lingkungan yang berdampak pada kehidupan mereka di masa depan. Oleh karena itu, pendidikan dan sosialisasi pemilih tidak lagi efektif jika hanya berfokus pada pengetahuan teknis tahapan pemilu. Pemilih juga perlu memahami pentingnya partisipasi politik mereka agar dapat memilih pemimpin yang mampu menjawab isu-isu krusial bagi masa depan mereka.

Untuk mengetahui informasi apa saja yang dibutuhkan oleh pemilih muda generasi Z terkait Pemilu dan Pilkada 2024, penulis melakukan survei terhadap responden pemilih muda generasi Z berusia 17–27 tahun. Pertanyaan dalam survei tersebut dibagi ke dalam dua kategori utama, yaitu informasi teknis pemilu dan informasi mengenai kandidat.

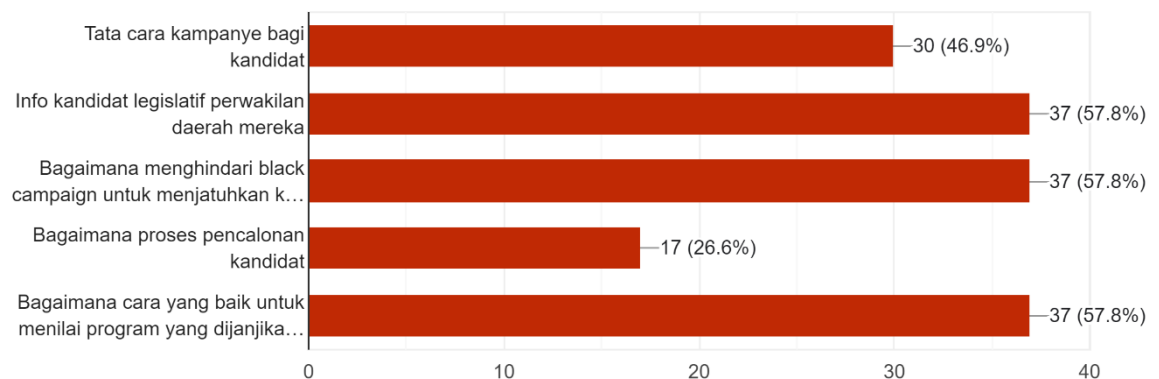
Pada aspek teknis pemilu, hasil survei menunjukkan bahwa informasi yang paling banyak dibutuhkan responden adalah jadwal tahapan pemilu (46,3%). Informasi lain yang juga banyak dibutuhkan adalah proses pemindahan Tempat Pemungutan Suara (TPS) bagi pemilih yang berbeda domisili (45,3%) serta transparansi regulasi pemilu (42,2%). Hasil ini menunjukkan bahwa pada dasarnya pemilih muda telah memahami prosedur teknis pemilihan, namun masih membutuhkan informasi terkini yang bersifat dinamis, seperti jadwal tahapan pemilu dan perubahan regulasi. Selain itu, mereka juga memerlukan informasi untuk kondisi khusus, misalnya terkait pemindahan TPS bagi pemilih muda yang tidak berada di domisili asal.



Gambar 1.4. Hasil Survei Informasi Teknis Pemilu Yang Dibutuhkan Oleh Responden Pemilih Muda Gen Z

Pada aspek informasi mengenai kandidat, hasil survei menunjukkan terdapat tiga jenis informasi utama yang dibutuhkan oleh responden. Salah satunya adalah informasi mengenai siapa saja kandidat legislatif dari daerah pemilihan mereka (57,8%), yang menunjukkan masih terbatasnya eksposur informasi mengenai calon legislatif di tingkat daerah. Selain itu, pemilih muda generasi Z juga membutuhkan informasi terkait kampanye yang baik dan benar, termasuk cara menghindari praktik *black campaign* yang bertujuan menjatuhkan kandidat lain (57,8%). Responden juga menyatakan perlunya informasi mengenai cara menilai program kerja kandidat secara objektif (57,8%). Temuan ini menunjukkan bahwa pemilih muda merupakan kelompok pemilih

yang cukup kritis dalam mencari dan memproses informasi terkait kandidat dalam pemilu.



Gambar 1.5 Hasil Survei Informasi yang Diinginkan Pemilih Muda Mengenai Pemilu dan Pilkada

Seiring dengan perkembangan teknologi, informasi mengenai pemilu semakin mudah tersebar, terutama melalui platform media sosial yang jumlah penggunaanya terus meningkat. Dalam laporan *Digital 2023* yang dirilis oleh We Are Social pada Januari 2023, Indonesia tercatat memiliki 167 juta pengguna media sosial aktif (DataReportal, 2023). Laporan tersebut juga menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia berusia 18 tahun ke atas pada awal 2023 mencapai 79,5% dari total populasi, atau sekitar 153,7 juta pengguna. Data ini menunjukkan besarnya potensi media sosial sebagai sarana untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

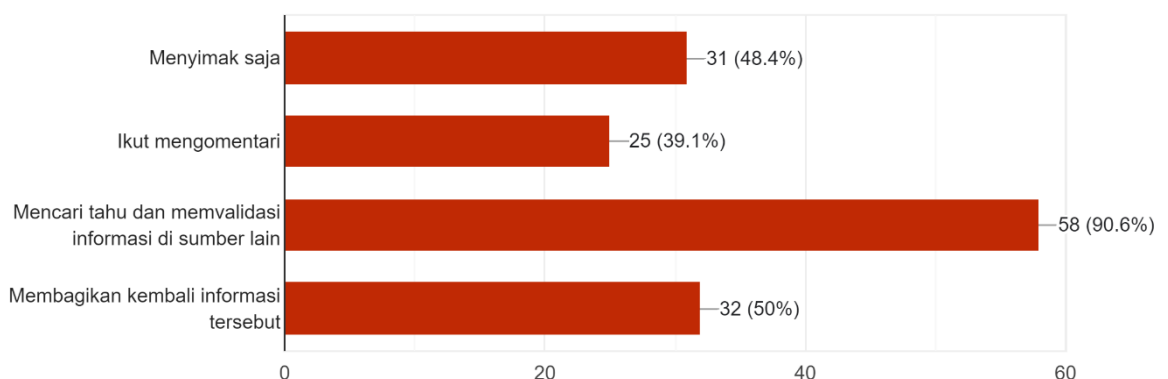
Media sosial telah berkembang menjadi platform penting bagi pemilih muda dalam memperoleh informasi mengenai pemilu. Bagi para kandidat, Andriadi (2017) menjelaskan bahwa media sosial menjadi “tiket” untuk diterima oleh masyarakat karena mereka tidak lagi dapat mengandalkan media konvensional sebagai satu-satunya sarana kampanye (Munzir & Zetra, 2019). Penelitian lain yang mengkaji pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih muda juga menunjukkan bahwa sebanyak 57% responden berusia 18–22 tahun mengikuti perkembangan berita politik melalui media sosial (Saud et al., 2020).

Temuan ini menjadi pertimbangan penting bagi institusi seperti KPU Kota Semarang untuk memanfaatkan tingginya jumlah pengguna aktif media sosial dalam menyusun konten informasi yang dapat meningkatkan pemahaman pemilih muda mengenai pemilu. Berdasarkan survei Litbang Kompas yang dilaksanakan pada 29

April–10 Mei 2023, sebanyak 34,3% audiens generasi Z menyatakan lebih mempercayai Instagram sebagai media untuk mencari informasi politik (Krisdamarjati, 2023). Mengacu pada temuan tersebut, KPU Kota Semarang telah memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana diseminasi informasi pemilu untuk menjangkau pemilih muda generasi Z di Kota Semarang.

Bagi pemilih muda, media sosial tidak hanya digunakan untuk mengikuti perkembangan berita, tetapi juga sebagai ruang bertukar informasi dan pandangan mengenai isu-isu terkini. Kemampuan literasi digital yang relatif baik membantu pemilih muda dalam memilah informasi yang akurat. Sejalan dengan penelitian sebelumnya, pemilih muda—baik pemilih pemula maupun yang telah memiliki pengalaman memilih—cenderung lebih melek teknologi dan informasi yang beredar di media sosial (Fitriyah et al., 2021; Saputra & Erowati, 2021).

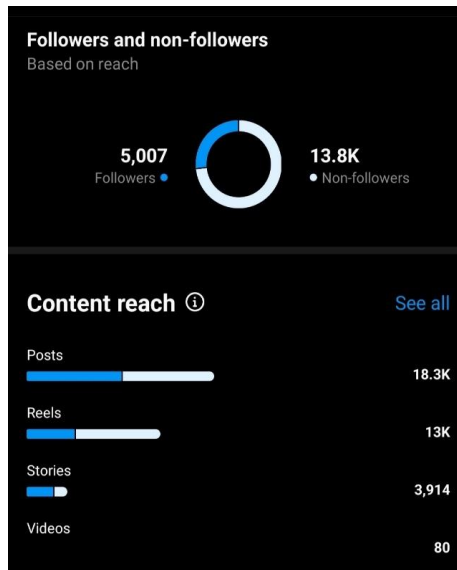
Ketika dihadapkan pada informasi mengenai Pemilu dan Pilkada serentak 2024, hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pemilih muda generasi Z akan mencari dan memverifikasi informasi yang mereka terima melalui sumber lain (90,6%). Selain itu, sebanyak 50% responden menyatakan akan membagikan kembali informasi yang mereka peroleh. Meskipun mereka aktif dalam memverifikasi dan menyebarkan informasi, temuan ini juga menunjukkan bahwa pemilih muda memiliki kemampuan literasi digital yang cukup baik dalam membedakan informasi yang benar dan yang menyesatkan di media sosial.



Gambar 1.6. Hasil Survei Respon Pemilih Muda Dengan Informasi Pemilu di Media Sosial

Salah satu cara untuk melihat potensi distribusi informasi dari konten yang dipublikasikan melalui Instagram KPU Kota Semarang adalah dengan memperhatikan jangkauan (reach), yaitu jumlah pengguna media sosial yang melihat konten tersebut, baik yang telah mengikuti maupun yang belum mengikuti akun Instagram KPU Kota

Semarang. Berdasarkan fitur Instagram Insight pada akun Instagram KPU Kota Semarang, pada periode Januari–Maret 2023 jumlah pengguna yang menjangkau konten terdiri dari 5.007 pengikut dan 13.800 pengguna yang belum mengikuti akun tersebut. Data ini menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan oleh KPU Kota Semarang memiliki potensi untuk menjangkau audiens di luar pengikut akun secara langsung, sehingga membuka peluang distribusi informasi yang lebih luas.



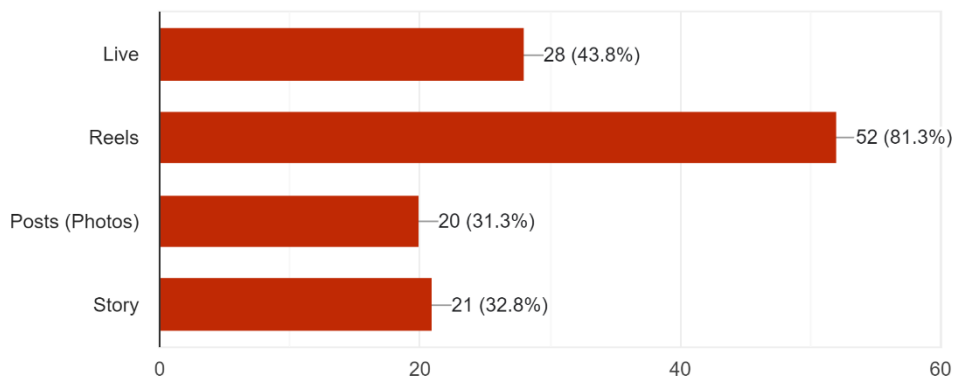
Gambar 1.7. Contoh Analisa Reach dari Akun Media Sosial Instagram KPU Kota Semarang

Selain itu, data jangkauan tersebut menunjukkan bahwa konten dalam format *reels* menjadi salah satu bentuk konten yang mampu menjangkau pengguna dalam jumlah relatif besar dibandingkan dengan format konten lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa *reels* memiliki potensi sebagai saluran distribusi informasi yang relevan untuk menjangkau audiens, khususnya pemilih muda yang aktif menggunakan media sosial. Meskipun metrik interaksi seperti jumlah penayangan, tanda suka, dan komentar tidak menjadi fokus utama dalam penelitian ini, data tersebut memberikan gambaran bahwa format *reels* memiliki daya tarik visual yang mampu mempertahankan perhatian audiens.

Format *reels* memiliki karakteristik yang mendukung penyampaian informasi secara ringkas dan visual. Berdasarkan penjelasan fitur *reels* pada laman resmi Instagram, *reels* merupakan fitur video multiklips dengan durasi singkat, yaitu antara

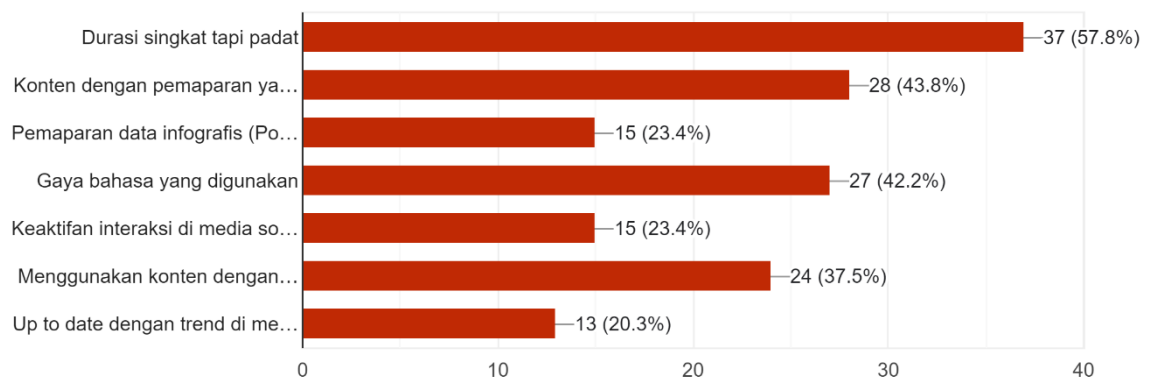
15 hingga 90 detik. Format ini memungkinkan penyampaian pesan melalui pendekatan *storytelling* dengan mengombinasikan elemen visual dan audio. Penggunaan durasi yang singkat memungkinkan informasi disampaikan secara padat tanpa mengurangi daya tarik visual, sehingga berpotensi menjaga atensi audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa format *reels* memiliki kemampuan untuk meningkatkan jangkauan konten dibandingkan format Instagram lainnya (Liang & Wolfe, 2022). Hasil survei yang dilakukan oleh penulis terhadap pemilih muda generasi Z juga menunjukkan bahwa *reels* merupakan format konten yang paling menarik perhatian, dengan persentase sebesar 81,3% dari total responden.



Gambar 1.8. Hasil Survei Bentuk Konten Yang Diminati Pemilih Muda

Preferensi tersebut dipengaruhi oleh beberapa kriteria, antara lain konten dengan durasi singkat namun tetap padat informasi (57,8%), pemaparan informasi yang menyeluruh dan lengkap (43,8%), penggunaan gaya bahasa yang sesuai dengan karakter generasi mereka (42,2%), serta visual yang menarik (39%). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pemilih muda membutuhkan informasi yang komprehensif, pengemasan informasi dalam format yang singkat, kontekstual, dan visual menjadi faktor penting dalam menarik perhatian mereka.



Gambar 1.9. Kriteria Konten yang Diinginkan Pemilih Muda

Dalam upaya menyebarkan informasi mengenai pemilu kepada masyarakat, KPU Kota Semarang telah memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu saluran komunikasi publik. Berbagai bentuk konten digunakan, mulai dari unggahan berbentuk post hingga video singkat seperti Instagram *reels*. Pemanfaatan *reels* menjadi salah satu upaya adaptasi terhadap karakteristik media sosial yang cenderung mengutamakan konten visual dengan durasi singkat dan mudah diakses oleh pengguna, termasuk pemilih muda.

Berdasarkan penelusuran terhadap konten Instagram KPU Kota Semarang pada periode persiapan Pemilu dan Pilkada 2024, ditemukan bahwa sebagian besar konten *reels* yang diunggah masih didominasi oleh dokumentasi kegiatan dan liputan acara, seperti kegiatan sosialisasi ke sekolah atau kampus (*KPU Goes to School*), serta aktivitas kelembagaan lainnya. Konten-konten tersebut umumnya menampilkan suasana kegiatan dan ajakan normatif untuk menggunakan hak pilih, namun belum secara spesifik mengangkat informasi mengenai Pemilu dan Pilkada yang dibutuhkan oleh pemilih muda dalam bentuk pengemasan yang disesuaikan dengan karakter mereka.

Salah satu contoh konten *reels* yang diunggah pada Oktober 2024 adalah video kunjungan KPU Kota Semarang ke lingkungan kampus dengan melibatkan mahasiswa untuk menyampaikan pandangan mereka terkait Pilkada 2024. Konten tersebut menunjukkan adanya upaya melibatkan pemilih muda secara langsung dan menggunakan gaya komunikasi yang lebih santai. Seperti kunjungan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Diponegoro pada 4 Oktober 2024 yang

membahas pemahaman mahasiswa mengenai praktik *money politics*. Konten tersebut menunjukkan upaya KPU Kota Semarang untuk melibatkan pemilih muda secara langsung dan mengangkat isu substantif yang relevan. Namun, pengemasan konten masih lebih menonjolkan dokumentasi kegiatan dan respons spontan audiens, sehingga informasi yang disampaikan belum tersusun secara sistematis sebagai konten edukatif. Audiens diajak untuk berpendapat, tetapi belum sepenuhnya diberikan pemahaman komprehensif mengenai konsep, dampak, dan implikasi dari isu yang dibahas. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun topik yang diangkat relevan bagi pemilih muda, pengemasan konten masih memiliki ruang untuk dikembangkan agar dapat berfungsi lebih optimal sebagai media informasi.



Gambar 1.10. Contoh Konten *Reels* “KPU Goes To Campus”

Sumber: Instagram @kpukotasemarang

Selain itu, ditemukan pula konten *reels* pada periode sebelumnya yang berisi informasi pemilu, seperti tips menyambut Pemilu 2024, asas-asas pemilu, serta informasi mengenai tahapan pemilu seperti pencocokan dan penelitian (coklit) data pemilih. Namun, sebagian besar informasi teknis terkait tahapan pemilu melalui unggahan berbentuk post, salah satunya mengenai mekanisme pemindahan Tempat Pemungutan Suara (TPS) bagi pemilih yang berdomisili di luar alamat asal. Informasi ini merupakan salah satu kebutuhan utama pemilih muda generasi Z berdasarkan hasil

survei yang dilakukan oleh penulis. Namun, penyampaian informasi tersebut masih didominasi oleh format visual statis dengan bahasa yang bersifat formal dan teknis, sehingga belum sepenuhnya disesuaikan dengan karakteristik pemilih muda yang cenderung lebih responsif terhadap konten visual dinamis dan narasi yang ringkas. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun informasi teknis telah tersedia, pengemasan pesan masih memiliki ruang untuk dikembangkan agar lebih efektif menjangkau dan dipahami oleh pemilih muda.



Gambar 1.11. Contoh Konten Info Teknis Coklit (Pencocokan dan Penelitian) Data Pemilih Pemilu 2024

Sumber: Instagram @kpukotasamarang



Gambar 1.12. Informasi Teknis Mengurus Perpindahan Pemilih di Pemilu 2024

Sumber: Instagram @kpukotasamarang

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat dilihat bahwa KPU Kota Semarang telah menyediakan berbagai informasi terkait pemilu dan Pilkada, baik dalam bentuk konten informatif, persuasif, maupun edukatif melalui media sosial Instagram. Namun, pada periode persiapan Pilkada 2024, konten yang secara spesifik dikemas untuk menjawab kebutuhan informasi pemilih muda generasi Z masih terbatas, khususnya dalam format video *reels*. Informasi teknis dan substansial yang dibutuhkan pemilih muda, seperti pemahaman mengenai kandidat, program, serta isu-isu penting dalam Pilkada, cenderung disampaikan dalam format post yang bersifat umum dan belum sepenuhnya disesuaikan dengan karakteristik pemilih muda.

Sementara itu, temuan survei menunjukkan bahwa pemilih muda generasi Z membutuhkan informasi yang komprehensif namun dikemas secara singkat, kontekstual, dan visual agar mudah dipahami. Kondisi ini menunjukkan bahwa tantangan utama bukan terletak pada ketersediaan informasi, melainkan pada pengemasan informasi agar lebih relevan dan menarik bagi pemilih muda. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan konten informasi pemilu dan Pilkada yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dikemas secara strategis melalui format video *reels* Instagram sebagai media informasi yang sesuai dengan karakteristik pemilih muda generasi Z di Kota Semarang agar informasi yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami dan dimanfaatkan dalam proses pengambilan keputusan politik mereka.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dalam latar belakang maka ditemukan bahwa belum optimalnya pengemasan informasi pemilu dan Pilkada yang disampaikan melalui media sosial Instagram KPU Kota Semarang sebagai media informasi bagi pemilih muda generasi Z di Kota Semarang.

Meskipun informasi terkait pemilu dan Pilkada telah tersedia, pengemasan konten yang ada masih cenderung bersifat umum dan belum sepenuhnya menyesuaikan kebutuhan, karakteristik, serta preferensi pemilih muda generasi Z di Kota Semarang. Oleh karena itu, diperlukan analisis mengenai bagaimana pengemasan konten video *reels* Instagram KPU Kota Semarang sebagai media informasi pemilu bagi pemilih muda generasi Z pada Pemilu dan Pilkada serentak 2024.

1.3. Tujuan

Tujuan dari produksi video *reels* pada akun Instagram KPU Kota Semarang adalah untuk mengemas informasi pemilu dan Pilkada secara lebih kontekstual, ringkas, dan relevan sebagai media informasi bagi pemilih muda generasi Z di Kota Semarang.

1.4. Manfaat

1.4.1. Manfaat teoritis

Secara teoretis, penelitian dan produksi video *reels* ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi dan *public relations*, khususnya dalam pengemasan informasi melalui media sosial sebagai media informasi bagi segmentasi audiens tertentu, yaitu pemilih muda generasi Z. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan strategi komunikasi lembaga publik dalam menyampaikan informasi Pemilu dan Pilkada serentak.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, produksi video *reels* ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi KPU Kota Semarang dalam mengemas informasi Pemilu dan Pilkada melalui media sosial agar lebih sesuai dengan karakter dan kebutuhan informasi pemilih muda generasi Z. Konten yang dihasilkan juga diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan sosialisasi dan pendidikan pemilih kedepannya, khususnya di tingkat kedaerahan.

1.5. Luaran

Adapun hasil luaran dari proyek tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Video Pendek (*short videos*) *reels* dengan durasi yang direncanakan 15-90 detik untuk dipublikasi melalui *platform* Instagram KPU Kota Semarang @KPUkotasemarang berisikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh pemilih muda generasi Z di Kota Semarang mengenai pemilu dan Pilkada serentak 2024
- b. Modul sebagai bentuk panduan dalam membuat konten video pendek berisikan bagaimana cara menentukan materi informasi yang dibutuhkan oleh Gen Z pemilih muda mengenai proses pemilihan baik itu pemilu atau pilkada kedepannya. Informasi yang dibahas akan dibuat dalam beberapa kategori yang disesuaikan dengan isi informasi yang dibutuhkan. Selain itu, luaran ini akan menjadi panduan

bagaimana mengemas informasi di media sosial sehingga dapat menarik perhatian audiens gen Z.