

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Kampanye edukasi politik dan anti-hoaks "Road to Pilkada 2024" yang berlangsung dari 12 Oktober hingga 3 Desember 2024 memiliki tujuan utama untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya Generasi Z, mengenai Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serta memperbaiki perilaku mereka dalam menyikapi hoaks. Kampanye ini dirancang untuk menggabungkan pendekatan online dan offline, dengan memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk menyebarkan pesan kampanye, sementara kegiatan offline berupa sosialisasi interaktif yang dilakukan secara langsung di Semarang. Dengan pendekatan yang menyeluruh ini, diharapkan dapat tercapai dampak yang maksimal dalam menyebarluaskan informasi politik yang akurat sekaligus menanggulangi penyebaran hoaks.

Pendekatan online dalam kampanye ini dilakukan melalui akun media sosial @incspire.id yang dikelola dengan sangat strategis. Dalam kampanye ini, konten yang disajikan terbagi dalam empat pilar utama: edukasi, hiburan, promosi dan interaksi. Pilar edukasi bertujuan untuk memberikan informasi yang faktual dan relevan mengenai Pilkada dan dampak dari hoaks yang sering beredar, sementara pilar hiburan dirancang untuk menarik perhatian audiens dengan menggunakan pendekatan kreatif yang ringan dan mudah dipahami. Sementara itu, pilar interaksi berfokus pada konten yang mengundang partisipasi aktif dari audiens, seperti kuis, polling, dan sesi tanya jawab langsung. Dengan demikian, audiens tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga turut serta dalam membentuk narasi kampanye, yang meningkatkan keterlibatan dan pemahaman mereka terhadap isu yang dibahas.

Selain itu, kampanye offline juga menjadi bagian yang sangat penting dalam mendekatkan pesan kepada audiens secara lebih langsung. Kegiatan sosialisasi interaktif yang diselenggarakan pada 18 November 2024 di Hotel Grasia, Semarang, menghadirkan pembicara-pembicara yang berkompeten di bidangnya. Di antaranya, Bu Akmal dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Bu Elin, dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro, yang memberikan wawasan yang mendalam mengenai pentingnya partisipasi dalam Pilkada serta cara-cara untuk mencegah dan menangkal hoaks. Dengan adanya sesi tanya jawab, audiens diberi kesempatan untuk berdiskusi langsung dengan narasumber, memperkaya pemahaman mereka, serta memberikan ruang bagi mereka untuk mengajukan pertanyaan yang mungkin belum terjawab melalui media sosial. Interaksi langsung ini sangat penting untuk membangun kepercayaan dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada masyarakat.

Penulis melaksanakan peran sebagai Data Executive, Event Planner, Finance, dan Administration Manager. Dalam kampanye ini, penulis terlibat langsung dalam berbagai aspek, mulai dari penelitian dan analisis data, perencanaan acara, pengelolaan anggaran, hingga pengorganisasian administrasi peserta. Dalam setiap tahap pelaksanaan kampanye, penulis bekerja keras untuk memastikan bahwa semua proses berjalan sesuai dengan rencana, terkoordinasi dengan baik, dan berjalan tepat waktu. Melalui koordinasi yang baik antar tim dan penerapan strategi manajemen yang terencana, kampanye ini berhasil mencapai targetnya dengan sukses.

Hasil dari penelitian dan evaluasi yang dilakukan pasca-kampanye menunjukkan bahwa kampanye "Road to Pilkada 2024" berhasil memberikan dampak positif terhadap masyarakat. Berdasarkan survei yang dilakukan setelah kampanye, 57% responden menunjukkan tingkat pemahaman yang lebih baik mengenai Pilkada, meningkat sebesar 9% dibandingkan dengan survei yang dilakukan sebelum kampanye. Selain itu, ada peningkatan signifikan dalam

kesadaran masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam menerima dan menyebarkan informasi. Sebanyak 53% responden kini menunjukkan perilaku lebih selektif dalam memilih informasi, sebuah kenaikan 5% dibandingkan dengan hasil survei awal. Dalam hal jangkauan, kampanye ini mampu menjangkau 71% responden, di mana 35% mengetahui kampanye melalui Instagram @incspire.id, 25% melalui Instagram KPU Jawa Tengah, dan sisanya melalui media lain seperti radio dan poster. Angka-angka ini menunjukkan bahwa kampanye ini berhasil mencapai audiens yang luas dan beragam.

Keberhasilan kampanye ini mencerminkan efektivitas strategi yang diterapkan, serta kemampuan dalam merancang dan melaksanakan setiap aspek kampanye dengan matang. Sebuah kampanye yang berhasil tidak hanya mengukur pencapaian dalam hal seberapa banyak informasi yang disebarkan atau seberapa besar partisipasi yang tercapai, tetapi juga harus mampu memberikan dampak jangka panjang yang positif bagi masyarakat. Dalam konteks kampanye edukasi politik seperti ini, keberhasilan diukur dari bagaimana kampanye mampu mengubah pola pikir masyarakat, meningkatkan pemahaman mereka mengenai isu-isu politik yang relevan, serta membekali mereka dengan keterampilan dan pengetahuan untuk mengatasi tantangan besar seperti penyebaran hoaks.

Salah satu pencapaian utama yang terlihat dalam kampanye ini adalah meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya memilah dan menyaring informasi. Hoaks atau berita palsu seringkali menjadi masalah besar yang mengancam kualitas demokrasi dan stabilitas sosial, terutama dalam konteks politik. Kampanye ini berhasil memberikan edukasi kepada masyarakat tentang cara mengenali hoaks dan cara-cara untuk melawan penyebaran informasi yang salah. Dengan pengetahuan ini, masyarakat menjadi lebih kritis dalam menerima informasi, tidak mudah terpengaruh oleh berita palsu, dan dapat menyebarkan informasi yang lebih akurat kepada orang lain. Ini adalah bentuk dari

pemberdayaan masyarakat yang sangat penting untuk menjaga keberlanjutan demokrasi yang sehat.

Dengan demikian, kampanye edukasi politik "Road to Pilkada 2024" telah berhasil memberikan dampak yang signifikan, baik dalam meningkatkan pemahaman politik masyarakat maupun dalam menanggulangi penyebaran hoaks. Keberhasilan ini tidak hanya terlihat dari hasil survei yang menunjukkan peningkatan pemahaman dan kesadaran masyarakat, tetapi juga dalam perubahan perilaku audiens yang kini lebih kritis dalam menerima dan menyebarkan informasi. Hal ini menjadi bukti bahwa kampanye yang efektif, dengan memadukan pendekatan online dan offline, dapat memberikan hasil yang maksimal dalam memperkuat kesadaran politik dan mencegah penyebaran hoaks, sehingga masyarakat menjadi lebih cerdas dan siap menghadapi Pemilihan Kepala Daerah 2024 dengan bijaksana.

5.2 Saran

Berikut adalah saran-saran yang dapat penulis berikan kepada pihak-pihak yang ingin melaksanakan kampanye yang menggabungkan elemen kampanye offline dan online, guna memastikan keberhasilan dalam mencapai tujuan yang diinginkan, meningkatkan partisipasi audiens, dan memperluas jangkauan pesan kampanye. Kampanye yang menggabungkan kedua aspek tersebut memerlukan perencanaan yang matang, pengaturan yang efisien, serta pengawasan yang tepat agar dapat mencapai hasil yang optimal. Berikut adalah beberapa saran yang dapat diimplementasikan oleh pihak-pihak terkait untuk merancang kampanye yang efektif.

- **Pengaturan Durasi dan Jadwal Konten yang Realistis**

Salah satu hal pertama yang perlu diperhatikan dalam merancang kampanye yang melibatkan dua aspek, offline dan online, adalah pengaturan durasi dan jadwal konten yang realistis. Penjadwalan

yang baik adalah kunci agar semua konten, baik yang bersifat digital maupun fisik, dapat dipublikasikan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Konten yang tidak dipublikasikan tepat waktu dapat menyebabkan hilangnya momentum kampanye, yang akhirnya berdampak pada efektivitas pesan yang disampaikan.

Penting untuk merencanakan durasi kampanye yang tidak hanya mempertimbangkan waktu pelaksanaan, tetapi juga seberapa banyak materi yang dapat diproduksi dan disebar pada setiap tahap. Dalam kampanye online, seperti di media sosial, konsistensi adalah kunci. Setiap pos atau konten yang dibagikan harus memiliki waktu dan frekuensi yang teratur untuk menjaga keterlibatan audiens. Begitu juga dengan kampanye offline, seperti acara atau pertemuan fisik, yang memerlukan persiapan yang matang agar bisa disesuaikan dengan waktu dan tempat yang tepat.

Membuat jadwal yang realistis juga berarti mempertimbangkan ketersediaan sumber daya yang ada, termasuk tim yang terlibat dalam pembuatan konten. Sebagai contoh, jika kampanye melibatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, maka setiap platform membutuhkan pendekatan yang berbeda. Oleh karena itu, sangat penting untuk merencanakan konten yang sesuai dengan masing-masing platform dan memanfaatkan kekuatan dari setiap platform secara maksimal.

- **Manajemen Timeline yang Baik**

Manajemen waktu dan timeline yang terstruktur adalah faktor utama dalam menunjang keberhasilan acara, terutama ketika kampanye melibatkan banyak pihak dan banyak aktivitas yang harus dijalankan secara bersamaan. Sebuah kampanye yang baik tidak hanya memerlukan perencanaan konten yang matang, tetapi juga

membutuhkan pengelolaan waktu yang tepat agar setiap tahap dapat terlaksana sesuai dengan rencana.

Manajemen timeline yang baik dimulai dengan pemahaman yang jelas tentang tujuan dari kampanye itu sendiri, serta batas waktu yang telah ditentukan. Semua pihak yang terlibat, mulai dari penyelenggara hingga tim kreatif dan teknis, harus memiliki pemahaman yang sama mengenai jadwal dan tenggat waktu setiap tugas. Menggunakan alat manajemen proyek seperti Trello, Asana, atau Google Calendar dapat sangat membantu untuk memvisualisasikan timeline dan mengatur tugas dengan lebih efektif. Dengan adanya alat ini, semua pihak dapat memantau perkembangan pekerjaan dan memastikan bahwa setiap bagian dari kampanye dapat terlaksana tepat waktu.

Selain itu, memantau perkembangan secara rutin juga sangat penting untuk memastikan bahwa setiap tahapan kampanye berjalan sesuai dengan jadwal. Jika terdapat penundaan atau masalah, sebaiknya segera diatasi agar tidak berdampak pada seluruh rangkaian kampanye. Setiap perubahan atau penyesuaian yang diperlukan harus segera dikomunikasikan kepada seluruh tim agar solusi yang tepat dapat segera diimplementasikan.

- Kolaborasi dengan Influencer

Kolaborasi dengan influencer adalah salah satu strategi yang sangat efektif dalam kampanye yang menggabungkan elemen online dan offline. Influencer memiliki pengaruh yang besar di media sosial dan dapat membantu meningkatkan jangkauan kampanye, terutama jika mereka memiliki audiens yang relevan dengan tema atau pesan kampanye. Jika anggaran kampanye memungkinkan, berkolaborasi dengan influencer yang memiliki citra positif dan kredibilitas tinggi dapat menjadi langkah yang sangat strategis.

Memilih influencer yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa pesan kampanye sampai kepada audiens yang tepat. Influencer yang memiliki pengikut yang sesuai dengan target demografis kampanye akan lebih mudah menyampaikan pesan dengan cara yang lebih meyakinkan. Sebagai contoh, jika kampanye bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang kesehatan dan kebugaran, memilih influencer yang sering berbagi konten tentang gaya hidup sehat atau olahraga akan lebih efektif daripada memilih influencer yang tidak terkait dengan topik tersebut.

Penting juga untuk memastikan bahwa influencer yang dipilih benar-benar memahami visi dan misi kampanye. Kolaborasi dengan influencer sebaiknya tidak hanya terbatas pada promosi produk atau acara semata, tetapi juga melibatkan mereka dalam menciptakan konten yang autentik dan menarik. Hal ini dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat antara influencer, kampanye, dan audiens, sehingga meningkatkan keterlibatan dan partisipasi mereka dalam kampanye tersebut.

- **Pertemuan Rutin dengan Tim**

Mengadakan pertemuan rutin dengan tim adalah salah satu langkah penting untuk memastikan bahwa seluruh aspek kampanye berjalan lancar. Pertemuan ini tidak hanya bertujuan untuk membahas perkembangan dan status setiap tugas yang diberikan, tetapi juga untuk menyelesaikan masalah yang mungkin muncul selama pelaksanaan kampanye. Komunikasi yang terbuka dan transparan di antara anggota tim akan mempermudah proses penyelesaian masalah dan menjaga agar seluruh tim tetap berada pada jalur yang benar.

Pertemuan rutin, baik itu dilakukan secara langsung maupun melalui platform virtual, akan memberikan kesempatan kepada setiap anggota tim untuk memberikan masukan, berbagi ide, dan

mendiskusikan langkah-langkah yang perlu diambil untuk mengatasi tantangan yang dihadapi. Sebagai contoh, dalam kampanye yang menggabungkan elemen online dan offline, pertemuan rutin dapat membahas bagaimana cara mengintegrasikan kedua aspek tersebut dengan efektif, serta memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui platform digital tetap konsisten dengan pesan yang dibawa dalam acara fisik.

Selain itu, pertemuan rutin juga memberikan kesempatan untuk mengidentifikasi potensi risiko atau kendala yang mungkin terjadi selama jalannya kampanye. Dengan segera mengatasi masalah yang muncul, tim akan dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan agar kampanye tetap berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.