

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kampanye edukasi politik dan anti-hoaks *Road to Pilkada 2024* yang dilaksanakan mulai tanggal 12 Oktober hingga 30 November 2024 bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya kalangan generasi Z, mengenai proses Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serta pentingnya melawan penyebaran hoaks menjelang berlangsungnya Pilkada. Kampanye ini bertujuan tidak hanya untuk menyebarkan informasi yang faktual dan bermanfaat terkait Pilkada, tetapi juga untuk mengubah pola pikir dan perilaku generasi muda dalam menyikapi berita yang tidak terverifikasi atau hoaks yang beredar di masyarakat. Untuk mencapai tujuan yang ambisius ini, kampanye *Road to Pilkada 2024* dilakukan melalui dua pendekatan utama yang saling mendukung, yaitu kampanye online melalui media sosial dan kampanye offline berupa sosialisasi interaktif yang akan diselenggarakan pada 18 November 2024 di Hotel Grasia, Semarang.

Kampanye online, yang akan menggunakan *platform* media sosial dengan akun resmi @incspire.id, menjadi salah satu pilar utama dalam upaya penyebaran informasi kepada publik. Konten yang diunggah di media sosial ini dirancang dengan berbagai jenis untuk menarik perhatian audiens yang beragam, dan dibagi ke dalam beberapa kategori utama yang mencakup *educational*, *entertainment*, *conversational*, serta *promotional*. Setiap kategori memiliki tujuan spesifik untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

Konten *educational* bertujuan untuk memberikan informasi yang berbasis pada fakta-fakta dan edukasi yang mendalam seputar Pilkada, prosedur pemilihan, serta bagaimana masyarakat dapat terlibat aktif dalam proses demokrasi ini. Konten ini juga akan menyampaikan pengetahuan

mengenai bahaya hoaks, cara mengenali informasi yang tidak benar, dan pentingnya menggunakan sumber informasi yang terpercaya. Dengan pendekatan edukatif ini, diharapkan masyarakat dapat lebih paham mengenai Pilkada dan menyadari pentingnya berpikir kritis terhadap informasi yang mereka terima.

Di sisi lain, konten *entertainment* dirancang untuk menarik perhatian audiens dengan cara yang lebih ringan dan menyenangkan. Konten jenis ini bertujuan untuk membuat topik yang mungkin dianggap berat atau kompleks menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh kalangan muda, terutama generasi Z. Konten ini dapat berupa video kreatif, meme, atau infografis yang menggabungkan hiburan dan informasi, sehingga audiens merasa terlibat dalam kampanye tanpa merasa terbebani dengan materi yang terlalu serius.

Konten *conversational*, yang meliputi kuis, tanya-jawab, dan permainan interaktif, digunakan untuk menciptakan dialog langsung antara kampanye dan audiens. Tujuan dari konten ini adalah untuk mendorong audiens berinteraksi, bertanya, atau bahkan berbagi pengalaman mereka terkait Pilkada dan hoaks. Dengan cara ini, kampanye dapat menciptakan ruang bagi audiens untuk menyuarakan pendapat dan membangun keterlibatan yang lebih dalam. Misalnya, dengan menyelenggarakan kuis atau permainan yang menguji pengetahuan tentang Pilkada atau cara mendeteksi hoaks, kampanye ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mengajak audiens untuk aktif berpartisipasi dalam pembelajaran.

Selain itu, konten *promotional* berfungsi untuk mempromosikan acara sosialisasi offline yang akan diselenggarakan pada 18 November 2024 di Hotel Grasia, Semarang. Konten ini berfokus pada penyebaran informasi mengenai waktu, tempat, dan cara untuk bergabung dalam acara tersebut, serta menekankan manfaat yang dapat diperoleh peserta, seperti kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan para pembicara yang kredibel dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai isu-isu penting seputar Pilkada dan hoaks.

Sementara itu, dalam kampanye offline, acara sosialisasi yang diselenggarakan pada 18 November 2024 akan menghadirkan para pembicara yang memiliki kredibilitas tinggi dan pemahaman yang mendalam mengenai Pilkada dan isu hoaks. Pembicara utama dalam acara ini adalah Bu Akmal dari KPU (Komisi Pemilihan Umum) yang akan memberikan wawasan tentang proses Pilkada secara lebih mendetail, serta Bu Elin, seorang dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro, yang akan berbicara mengenai pengaruh hoaks dalam pemilu dan cara-cara efektif untuk melawan penyebaran informasi palsu.

Acara offline ini tidak hanya akan menyajikan pemaparan materi dari kedua pembicara, tetapi juga akan memberikan kesempatan bagi peserta untuk berinteraksi langsung dengan narasumber melalui sesi tanya jawab. Ini merupakan kesempatan yang sangat berharga bagi peserta untuk menggali lebih dalam tentang pertanyaan-pertanyaan yang mereka miliki mengenai Pilkada, hoaks, serta cara-cara untuk menjadi pemilih yang cerdas dan bertanggung jawab. Dengan demikian, peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga dapat memperoleh jawaban atas kekhawatiran dan kebingungan yang mereka hadapi seputar topik-topik ini.

Kombinasi antara kampanye online yang menyebarkan informasi secara luas dan kampanye offline yang memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk terlibat langsung dan bertanya kepada para ahli, diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai Pilkada serta mengurangi dampak negatif dari hoaks yang seringkali memengaruhi keputusan pemilih. Kampanye ini, yang menggabungkan pendekatan edukasi, hiburan, dan interaksi, dirancang untuk mencapai tujuan jangka panjang, yaitu menciptakan generasi Z yang lebih cerdas, lebih kritis, dan lebih terlibat dalam proses demokrasi, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih bijak dan bertanggung jawab dalam Pilkada 2024.

Sebagai seorang *Account Executive*, penulis berperan penting untuk melakukan hubungan kerjasama eksternal dengan para *stakeholder*. Penulis bertugas untuk mencari, menentukan, hingga berkoordinasi dengan pihak - pihak *vendor* yang diperlukan untuk kebutuhan dan mensukseskan acara *Road To Pilkada 2024*. Selain itu, dalam peran *Liaison Officer*, penulis bertanggung jawab untuk berkoordinasi dan mendampingi pengisi acara yaitu narasumber, *Master of Ceremony* dan juga moderator selama acara *Road To Pilkada 2024* berlangsung.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang akan penulis sampaikan untuk beberapa pihak yang mengadakan rangkaian acara yang serupa dengan karya bidang ini sebagai berikut :

1. Menyusun daftar nama kontak dan penjadwalan yang rapi dari pihak - pihak yang terlibat baik eksternal ataupun *vendor* untuk memudahkan menghubungi pihak yang diperlukan jika terjadi situasi yang mendesak
2. Menjaga komunikasi yang baik dengan *stakeholder* untuk mempermudah koordinasi dengan semua pihak sehingga membantu keberhasilan acara
3. Negosiasi yang lebih *fleksibel* dengan *vendor* guna mendapatkan hasil biaya dan waktu yang lebih efisien yang dapat menguntungkan tim dan keberlangsungan acara