

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terhadap

1. “Video Iklan Layanan Masyarakat Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Semarang sebagai Media Sosialisasi kepada Kaum Pemilih Pemula”

Penelitian oleh (Tri Wahyu Prasetyo, 2021) dalam jurnal *Magistrorum Et Scholarium* mengkaji pemanfaatan video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) sebagai media sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Semarang untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi pemilih pemula. Dalam program tersebut, tim dari Universitas Kristen Satya Wacana membuat video edukatif berbasis wawancara sebagai bentuk kontribusi keilmuan dalam pengabdian masyarakat. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa video ILM berperan signifikan dalam menyampaikan informasi politik secara visual dan menarik, serta mampu meningkatkan kesadaran pemilih pemula akan pentingnya partisipasi dalam pemilu serta menghindari praktik golput dan politik uang. Strategi komunikasi yang digunakan berfokus pada isi pesan yang realistis dan pendekatan visual yang relevan dengan karakteristik audiens muda.

Iklan Layanan Masyarakat yang dibuat oleh kelompok mengangkat konsep interview dengan 3 talent dan tanggapan atau klarifikasi dari Bapak Ketua KPU Kabupaten Semarang dari jawaban talent yaitu untuk mengajak lebih banyak masyarakat dan kaum pemilih pemula untuk lebih peduli dan berpartisipasi dalam Pemilu dan pemilihan kedepannya. Penelitian ini menjadi dasar bahwa konten edukatif berbentuk video dengan pendekatan visual kreatif terbukti efektif sebagai media sosialisasi, khususnya ketika disebarluaskan melalui platform digital yang sering diakses oleh pemilih pemula.

2. "Pengalaman Informasi Pemilih Pemula Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Pembelajaran Politik Dalam Menentukan Pilihan Calon Presiden”

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyawan, 2020), ditemukan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk memperoleh informasi mengenai calon presiden, tetapi juga sebagai ruang bagi pemilih pemula untuk berinteraksi, mengemukakan pendapat, dan belajar menganalisis informasi politik. Penelitian ini mengungkapkan bahwa para pemilih pemula cenderung mengikuti akun resmi pasangan calon presiden di media sosial untuk memahami lebih lanjut mengenai profil, visi, misi, dan aktivitas keseharian calon presiden. Beberapa pemilih pemula mengungkapkan bahwa melalui interaksi dengan informasi politik di media sosial, mereka belajar untuk mengenali dan mengidentifikasi berita palsu yang beredar. Hal ini sejalan dengan temuan lainnya yang menunjukkan pentingnya pemilih pemula untuk lebih kritis dalam memverifikasi informasi yang mereka terima dari media sosial (Prasetyawan, 2020).

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam pendidikan politik bagi pemilih pemula, memberikan mereka platform untuk belajar tentang calon presiden, berpendapat, dan mengidentifikasi berita palsu. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun opini politik dan keterampilan literasi informasi di kalangan pemilih muda. Penelitian ini membuka peluang bagi penelitian lebih lanjut mengenai penggunaan media tradisional dalam pendidikan politik.

3. “Strategi Komunikasi KPU Sukoharjo Dalam Mengurangi GOLPUT Pemilu Capres Cawapres 2024 Pada Kalangan Genz”

Penelitian yang dilakukan oleh (Khalish Ariq Muhtaram, 2025) membahas strategi komunikasi yang diterapkan oleh KPU Kabupaten Sukoharjo dalam rangka menekan angka golput pada generasi Z dalam kontestasi Pemilu Presiden dan Wakil Presiden tahun 2024. Berdasarkan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan dokumentasi, ditemukan bahwa KPU Sukoharjo menggunakan tiga strategi utama, yaitu: (1) sosialisasi pentingnya pemilu, (2) memaksimalkan pemanfaatan media sosial (Instagram

& YouTube), serta (3) kampanye online melalui pamflet dan video edukasi politik.

Salah satu keberhasilan strategi ini tercermin dari penurunan angka golput Gen Z di Sukoharjo, dari 13,1% pada Pilpres 2019 menjadi 8,03% di Pilpres 2024, penurunan sebesar 5,07%. Strategi tersebut dianalisis menggunakan Teori Komunikasi Harold Lasswell, yang menekankan lima unsur: *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*. KPU Sukoharjo memanfaatkan pendekatan yang menarik bagi generasi muda, seperti kegiatan Jagongan Demokrasi, edukasi lewat sekolah, dan penggunaan visual serta narasi persuasif yang menyentuh secara emosional.

Ketiga penelitian ini memperkuat argumen bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran penting dalam meningkatkan partisipasi pemilih dan mengurangi golput. Melalui pendekatan konten visual yang menarik dan relevansi dengan karakteristik audiens muda, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan politik, meningkatkan pemahaman politik, serta membentuk keputusan pemilih, terutama di kalangan generasi muda yang lebih aktif di dunia digital. Melalui platform ini, penulis merespon perlunya keberlanjutan penyebaran informasi politik pasca pemilu, sekaligus mendukung program kerja KPU Kota Semarang dalam memberikan edukasi berkelanjutan kepada masyarakat. Inovasi yang diusung dalam karya ini adalah penggunaan format video *reels* dengan konsep ide video yang interaktif.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 *Public relations*

Public Relations (PR) atau Humas adalah suatu usaha oleh organisasi dalam membangun dan memelihara hubungan baik dengan publik demi mendapatkan kepercayaan dan dukungan publik, yang pada akhirnya akan menguntungkan kedua belah pihak (organisasi dan publik) dalam jangka panjang. Humas berfungsi sebagai jembatan penghubung antara organisasi dengan publiknya, menciptakan, mengembangkan, dan mempertahankan

sikap saling pengertian yang harmonis antara keduanya (Anggil Risnawati, 2023)

a. Peran dan Fungsi Public Relations

- Expert Prescriber (Penasihat Ahli)

Humas berperan sebagai ahli yang memberikan solusi atas masalah komunikasi dan manajemen organisasi, dengan pengetahuan strategi komunikasi dan manajemen reputasi untuk memperkuat citra organisasi.

- Communication Facilitator (Fasilitator Komunikasi)

Humas bertindak sebagai perantara dan mediator antara organisasi dan publik, memastikan komunikasi dua arah yang efektif—baik menyampaikan pesan dari organisasi ke publik maupun mendengarkan tanggapan publik.

- Problem Solving Process Facilitator (Fasilitator Pemecahan Masalah)

Humas membantu mengidentifikasi dan merumuskan solusi terhadap masalah komunikasi, termasuk mengelola krisis dan merancang strategi komunikasi untuk mengatasi tantangan organisasi (Risnawati et al., 2023).

Adapun ruang lingkup tugas public relations dalam sebuah organisasi/lembaga antara lain:

1. Membina hubungan ke dalam (public internal) Yang dimaksud public internal adalah public yang menjadi bagian dari unit atau organisasi itu sendiri. Seorang public relations harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi, yang termasuk dalam public internal pada dunia sebuah perusahaan adalah public pegawai, public manajer, public pemegang saham, public buruh. Sedangkan yang termasuk dalam public internal pada lembaga pendidikan suatu universitas adalah Publik pimpinan, public fakultas, public

staff/pegawai, public yayasan, public pengawas atau dewan penyantun, public dosen dan public mahasiswa.

2. Membina hubungan keluar (public eksternal) Yang dimaksud public eksternal adalah *public* umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran public yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Public eksternal pada suatu perusahaan adalah publik pers, public pemerintah, public masyarakat sekitar, public rekanan, public pelanggan, public konsumen, public bidang pendidikan, public umum. Sedangkan public eksternal suatu lembaga pendidikan adalah: public pers, public pemerintah, publik umum, public alumni, public pemberi dana pendidikan, publik bidang pendidikan.

2.2.2 Produksi Media *Public Relations*

Media memiliki peran penting dalam hubungan masyarakat (public relations) dengan cara komunikasi yang khas dan pengaruh yang luas. Media tidak hanya menyampaikan informasi dan membentuk opini publik, tetapi juga membawa pemahaman dan penilaian masyarakat terhadap citra organisasi. Dalam proses ini, pengaruh media tidak bisa diabaikan. Sebagai alat pengawasan sosial dan pengarahan opini publik, media dapat menyampaikan suara organisasi kepada masyarakat, sekaligus mengawasi dan mengevaluasi aktivitas hubungan masyarakat organisasi tersebut. Peran dan pengaruh inilah yang menjadikan media memiliki posisi yang sangat penting dalam hubungan masyarakat (Zhang, 2023)

Beragam media dan kanal komunikasi dalam konteks Public Relations (PR) berarti penggunaan berbagai jenis platform dan metode untuk menyampaikan pesan organisasi kepada publik. Misalnya

- Konferensi pers: Acara resmi di mana organisasi menyampaikan informasi penting secara langsung kepada media dan publik, memungkinkan tanya jawab yang membangun pemahaman lebih dalam.

- Siaran pers: Dokumen tertulis yang berisi berita atau informasi resmi dari organisasi, disebarkan ke media agar bisa diliput dan disebarluaskan.
- Media sosial: Platform digital seperti Instagram, Twitter, Facebook, yang memungkinkan komunikasi langsung dan interaktif dengan audiens secara luas dan real-time.
- Forum publik: Tempat atau acara di mana organisasi dan masyarakat dapat berdiskusi secara terbuka mengenai isu-isu tertentu, membangun dialog dua arah.

2.2.3 Golongan Putih (golput)

Golput atau Golongan Putih adalah bentuk perlawanan masyarakat terhadap praktik politik dengan cara tidak memilih partai, calon legislatif, atau presiden dalam pemilu. Golput umumnya dilakukan oleh mereka yang kecewa terhadap penyelenggaraan negara dan merasa bahwa partai atau kandidat yang ada tidak mewakili atau tidak memperjuangkan kebaikan politik. Mereka beranggapan bahwa partai-partai tersebut akan berperilaku buruk jika memenangkan pemilu, sehingga lebih baik tidak memilih sama sekali (Astuti, 2020).

Golput bisa terjadi salah satunya disebabkan pendidikan politik masyarakat Indonesia belum memadai padahal pendidikan politik itu penting dan merupakan hak seluruh masyarakat Indonesia. Sehingga masyarakat berasumsi bahwa politik itu sesuatu yang kejam dan berbahaya itu disebabkan berdasarkan pengalaman masyarakat Indonesia terdahulu yang hanya melihat sisi negatif tanpa melihat sisi positifnya dan kurangnya pendidikan politik Indonesia.

2.2.4 Edukasi

Dalam (Rahmiyati Mii, 2023) mengungkapkan Edukasi merupakan proses pembelajaran yang tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membentuk sikap dan pemahaman yang mendalam agar individu mampu berpartisipasi aktif dalam kehidupan sosial dan politik. Proses pendidikan

ini bukanlah sesuatu yang instan, melainkan membutuhkan waktu dan proses yang berkelanjutan untuk membentuk karakter dan kebijaksanaan dalam mengambil keputusan bersama demi kepentingan bersama.

Menurut Plato dan Aristoteles (dikutip dalam Rahmiyati et al., 2023), pendidikan politik sangat penting untuk melatih anggota masyarakat agar aktif berbagi aktivitas politik dan memberikan tekanan kepada penguasa agar menjalankan kekuasaan secara bertanggung jawab demi kesejahteraan semua lapisan masyarakat.

2.2.5 Media Sosial Instagram

Dalam jurnal (Mira Veranita, 2021) disebutkan bahwa salah satu platform media sosial yang cukup populer adalah Instagram, tidak hanya di kalangan remaja dan generasi milenial muda, tetapi juga di kalangan dewasa bahkan lanjut usia. Instagram diluncurkan pada 6 Oktober 2010 oleh perusahaan bernama Burbn, Inc., yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Dengan Instagram, penggunanya dapat berbagi dan mengedit foto serta video secara instan. Selain fitur berbagi foto dan video, Instagram kini dilengkapi dengan fitur-fitur menarik lainnya seperti Home Page, Komentar, Explore, Profil, News Feed, Filter Digital, Instagram Story, IGTV, serta berbagai kemudahan lainnya yang membuat para penggunanya semakin tertarik dan terpikat.

Dari segi fungsi, Instagram mampu membantu lembaga publik seperti KPU dalam menjalankan komunikasi strategisnya. Instagram dapat digunakan sebagai media sosialisasi, edukasi, promosi program kerja, serta membangun brand awareness institusi. Berbagai fitur seperti feed, story, reels, live, dan highlight mendukung keberlangsungan komunikasi dan kampanye digital secara visual dan interaktif. Dalam konteks ini, penggunaan Instagram oleh KPU Kota Semarang berpotensi besar untuk menjangkau pemilih pemula dengan konten edukatif yang menarik dan mudah diakses.

a. Fitur *Reels*

Menurut Amalia dan Anggraeni dalam (Nindya, 2023), *Reels* merupakan salah satu fitur di dalam Instagram yang memiliki peran sebagai sarana mengekspresikan diri melalui pembuatan video yang kreatif dan inovatif dengan menggunakan transisi sehingga video yang dibuat akan terlihat lebih menarik. Fitur ini dapat dimanfaatkan oleh organisasi atau perusahaan untuk mempromosikan produk atau menyampaikan pesan secara lebih menarik kepada audiens.

2.2.6 Videografi

Videografi merupakan proses perekaman gambar bergerak dan audio yang digunakan untuk menyampaikan pesan visual secara kreatif dan komunikatif. Menurut (Nugroho, 2025) videografi adalah proses pembuatan video melalui rangkaian tahapan produksi yang mencakup pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, dengan tujuan menghasilkan karya visual yang efektif, informatif, dan estetis. Dalam konteks media sosial, videografi berperan penting dalam menyajikan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki kekuatan naratif dan emosional yang tinggi.

Videografi sebagai media edukasi, terutama di bidang politik dan pemilihan umum, dapat menjadi sarana penyampaian pesan yang lebih ringan dan mudah dipahami oleh generasi muda, terutama pemilih pemula. Melalui pengemasan visual dan narasi yang tepat, video mampu menciptakan kedekatan emosional dan mengajak audiens untuk terlibat aktif secara politik.

a. Teknik-Teknik Dasar Videografi

Menurut Nugroho (2025), terdapat beberapa teknik dasar videografi yang penting untuk diperhatikan dalam proses pembuatan video, di antaranya:

1. Komposisi Gambar

Teknik penataan elemen visual dalam frame agar tampak seimbang dan menarik. Contohnya:

- *Rule of Thirds*: membagi frame menjadi tiga bagian vertikal dan horizontal untuk penempatan subjek.
- *Framing*: menggunakan elemen latar untuk membingkai subjek agar fokus tertuju pada objek utama.
- *Leading Lines*: menggunakan garis atau arah pandang untuk mengarahkan mata audiens ke objek tertentu.

2. Pencahayaan (Lighting)

Pencahayaan sangat mempengaruhi suasana dan kualitas visual. Terdapat tiga jenis pencahayaan utama dalam videografi:

- *Key Light* (lampu utama)
- *Fill Light* (lampu pengisi bayangan)
- *Back Light* (pencahayaan latar untuk memberi dimensi)

3. Gerakan Kamera (Camera Movement)

Gerakan kamera digunakan untuk menambah dinamika dalam video. Beberapa gerakan dasar antara lain:

- *Panning*: menggerakkan kamera ke kiri/kanan secara horizontal.
- *Tilting*: menggerakkan kamera ke atas/bawah secara vertikal.
- *Zooming*: memperbesar atau memperkecil subjek dalam frame.
- *Tracking*: mengikuti pergerakan subjek dengan kamera berpindah posisi.

4. *Angle* atau Sudut Pengambilan

Menurut (Wibowo, 2023) *Angle* atau Sudut Pengambilan Gambar Pemilihan *angle* mempengaruhi cara audiens melihat subjek. Contohnya:

- *Eye Level*: sejajar dengan mata, terasa netral.
- *High Angle*: dari atas, memberi kesan kecil/lemah.
- *Low Angle*: dari bawah, memberi kesan kuat/berwibawa.
- *Medium Shot*: dari batas kepala sampai pingang, memiliki kesan memperlihatkan seseorang dengan tampangnya
- *Full shot*: dari kepala hingga kaki, memperlihatkan objek dengan lingkungan sekitar.
- *Long shot*: objek penuh dengan latar belakangnya, memiliki makna menonjolkan objek dengan latar belakangnya.

5. Audio

Kualitas suara sama pentingnya dengan visual. Gunakan mikrofon eksternal jika perlu dan pastikan lingkungan pengambilan gambar bebas dari noise yang mengganggu.

6. Penyuntingan(Editing)

Tahap pasca-produksi meliputi pemotongan video, penambahan teks, transisi, musik latar, dan koreksi warna. Software seperti CapCut dan VN kerap digunakan dalam produksi video media sosial.