

Konten Pesan Pemilihan Umum dalam Perspektif Pemilih Pemula

Susilastuti Dwi Nugraha Jati^{1*}, Adi Soeprapto², Nikolaus Loy³

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip UPN “Veteran” Yogyakarta, Jl. Babarsari 2 Yogyakarta, Indonesia, 55281, (0274)486733, info@upnyk.ac.id

²Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fisip UPN “Veteran” Yogyakarta

³Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fisip UPN “Veteran” Yogyakarta

Email: ¹susilastuti@upnyk.ac.id; ²adi_soeprapto@upnyk.ac.id; ³Nikolausloy@upnyk.ac.id

Telp : ¹08122770854; ²081327063231; ³081328740274

*Correspondent Author

Abstract

General elections (elections) as indicators of the life of a democratic state enable changes to the order of life of the nation and state. Voter participation in each election should increase, but in reality, in the reform era, political participation was not as expected, which was much lower than during the New Order government. There is no mobilization and repression of the people in every election event can be one of the causes of the election not running smoothly. Considering that elections are so strategic for the rotation of power, it is necessary to increase voter participation in every election. Social media is an alternative for government agencies to socialize elections. This study aims to find the content of election messages from the perspective of first-time voters and the extent to which first-time voters visit KPU's social media. The research method uses a qualitative approach with Focus Group Discussion (FGD) data collection techniques. The results of the research show that the content of election messages is still technical in nature so novice voters are not fully interested in visiting KPU's social media from the central, provincial, and regional levels. One of the reasons is the lack of information needed by first-time voters. This research contributes to government agencies to package election message content on KPU social media to make it more attractive to first-time voters.

Keywords: social media, first time voters, elections

Abstrak

Pemilihan umum (pemilu) sebagai indikator kehidupan negara demokratis memungkinkan perubahan tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara. Partisipasi pemilih dalam setiap pemilu hendaknya semakin meningkat, namun dalam realitanya di era reformasi partisipasi politik belum seperti yang diharapkan yaitu jauh lebih rendah dibandingkan pada masa pemerintahan Orde Baru. Tidak ada mobilisasi dan represi pada masyarakat dalam setiap perhelatan pemilu bisa menjadi salah satu penyebab pemilu berjalan kurang lancar. Mengingat pemilu demikian strategis untuk rotasi kekuasaan maka perlu upaya meningkatkan partisipasi pemilih pada setiap pemilu. Media sosial menjadi alternatif lembaga pemerintah untuk mensosialisasikan pemilu. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan konten pesan pemilu dalam perspektif pemilih pemula serta sejauh mana pemilih pemula mengunjungi media sosial yang dimiliki KPU. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data *Focus Group Discussion* (FGD). Hasil penelitian menunjukkan konten pesan pemilu masih bersifat teknis sehingga pemilih pemula belum sepenuhnya tertarik mengunjungi media sosial milik KPU dari level pusat, provinsi dan daerah. Salah satu alasannya kurang memberikan informasi yang dibutuhkan pemilih pemula. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi lembaga pemerintah agar mengemas konten pesan pemilu di media sosial KPU agar lebih menarik bagi pemilih pemula.

Kata kunci: media sosial, pemilih pemula, pemilu

Pendahuluan

Media sosial memberi dampak terhadap ketertarikan dan terikatan seseorang terhadap politik. Perhatian ini juga diakui oleh masyarakat Eropa

“Political participation of young people has been an important topic on the institutional agenda of the Council of Europe and

European Union, but also for civil society organizations and the general public, particularly during the last 30 years. The type and level of young people's political participation has been changing, together with the changing political context. Today in Europe, young people witness different phenomena, such as a shrinking space for civil society, the rise of populism and

illiberal regimes, a changing role of media and diffusion of fake news, a lack of access to rights, and the rapid development of digital technologies” Yurttagüler & Martinez (2020).

Salah satu kesempatan hadirnya peluang ketertarikan politik remaja, yakni Pemilihan Umum (Pemilu). Selama masa pemilu, remaja banyak diberikan informasi mengenai politik. Pemilu adalah sebuah proses pergantian pimpinan secara damai. Indonesia secara konstitusional telah menyelenggarakan pemilu sejak zaman pemerintahan Orde Lama hingga saat ini. Pemilu sebagaimana amanat Undang-Undang (UU) dilaksanakan setiap lima tahun sekali.

Pemilu di Indonesia dilaksanakan pertama kali pada masa pemerintahan Presiden Soekarno tahun 1955. Pemilu tersebut diikuti 52 partai politik yang bertarung merebutkan jabatan politik di parlemen. Pada pemilu 1955 muncul empat partai politik terbesar, yakni Partai Nasionalis Indonesia, Majelis Syuro Indonesia, Nahdhatul Ulama dan Partai Komunis Indonesia.

Hasil pemilu ini dalam implementasi penyelenggaraan pemerintahan mengalami berbagai gejolak dan berganti dengan sistem Demokrasi Terpimpin. Presiden Soekarno membubarkan Konstituante dan memberlakukan kembali UUD 1945 serta memangkas partai politik hanya menjadi 10 partai politik saja, tanpa melalui mekanisme pemilu lagi. Kekuasaan pemerintahan ini berakhir dengan terjadinya Gerakan 30 September 1965. Kekuasaan pemerintahan Soekarno berakhir dan digantikan dengan rezim Orde Baru.

Selama rezim Orde Baru, pemilu diselenggarakan enam kali yakni pada tahun 1971, 1977, 1982, 1987, 1992 dan 1997. Secara bertahap Presiden Soeharto, memangkas jumlah partai politik yang pada masa Presiden Soekarno sebanyak 10 partai politik menjadi tiga partai, yakni Partai Persatuan Pembangunan, Partai Demokrasi Indonesia dan Golongan Karya (Golkar).

Partai politik yang memiliki pandangan

sama digabungkan menjadi satu. Partai-partai berbasis agama Islam digabungkan menjadi Partai Persatuan Pembangunan dan partai-partai yang mengusung nasionalisme dan kebangsaan digabungkan menjadi Partai Demokrasi Indonesia. Sedangkan Golkar menjadi bagian dari peserta pemilu selama Orde Baru yang tidak mau disebut sebagai partai politik. Golkar menjadi partai politik setelah Presiden Soeharto menyatakan mundur dari jabatannya sekaligus sebagai penanda berakhirnya rezim Orde Baru.

Selama era reformasi, pemilu telah diselenggarakan sebanyak lima kali, yakni tahun 1999, 2004, 2009, 2014, dan 2019. Pada pemilu tahun 1999 jumlah partai politik yang ikut dalam pemilu sebanyak 48 partai dan mengalami penurunan pada pemilu berikutnya, tetapi tetap di atas 10 partai politik. Berkurangnya jumlah partai politik dalam setiap pemilu tidak terlepas dari mekanisme penentuan wakil yang berhak ikut pemilu dan duduk di parlemen yaitu diberlakukannya *electroral threshold* menjadi *perlementary threshold*, serta *presidensial threshold*.

Media untuk mensosialisasikan pemilu juga semakin beragam, terutama dengan hadirnya media sosial. Kontestan pemilu menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menarik massa pendukung. Selain itu, media sosial digunakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk mensosialisasikan tentang pemilu dengan harapannya partisipasi pemilih bisa meningkat. Pasalnya, partisipasi pemilih dalam pemilu selama ini belum pernah bisa menyamai masa Orde Baru yang bisa mencapai 90 persen. Bahkan angka pemilih tidak menggunakan hak pilih atau dikenal dengan istilah Golongan Putih (golput) jumlahnya cukup tinggi.

Salah satu upaya mengurangi jumlah pemilih yang memilih golput adalah dengan melakukan pendidikan politik. Pemilih pemula perlu mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang politik. Upaya untuk meningkatkan pemahaman tentang politik dimulai dari

merancang konten pendidikan politik dan media yang digunakan untuk menyebarluaskan pendidikan politik.

Penelitian ini mengkaji bagaimana perspektif pemilih pemula tentang pemilu, konten pemilu yang selama ini ditayangkan di media sosial, dan konten yang diharapkan pemilih pemula tentang pemilu. Perspektif ini diperlukan untuk merancang konten pendidikan politik dan bagaimana memanfaatkan media untuk sosialisasi pendidikan politik bagi pemilih pemula.

Pemilih Pemula

Pemilih pemula adalah Warga Negara Indonesia (WNI) yang baru pertama kali menggunakan hak pilih, berusia 17-20 tahun atau WNI yang baru selesai menjalankan tugasnya sebagai anggota Tentara Nasional Indonesia (TNI) atau Polisi Republik Indonesia (POLRI). Pada penelitian ini pemilih pemula adalah yang baru pertama kali menggunakan hak pilihnya dalam konteks pemilu legislatif dan presiden. Pemahaman pemilih pemula ini dapat dikategorikan sebagai kelompok milenial yang sangat familiar dengan teknologi digital.

Wardhani (2018) memahami pemilih pemula sebagai pemilih yang baru pertama kali memberikan suaranya dalam pemilu. Penelitian yang dilakukannya bertujuan untuk mengetahui bentuk partisipasi politik pemilih pemula dalam pemilu, faktor pendukung partisipasi politik pemilih pemula dalam pemilu serta faktor-faktor penghambat partisipasi politik pemilih pemula dalam pemilu. Secara konseptual tidak ada semacam batasan yang tegas tentang pemilih pemula. Azirah (2019) menyebutkan tentang karakteristik pemilih pemula yang memiliki sifat kritis, mandiri, independen serta tidak puas dengan kemapanan dan pro perubahan dan lainnya.

Pemilih pemula cenderung memiliki rasionalitas dalam menentukan pilihannya. Artinya, dalam menentukan pilihannya pemilih

tersebut menggunakan berbagai media meskipun media tersebut telah membentuk budaya melek politik baru di tengah asyiknya menikmati sisi *entertainment* sosial media (Matthes, 2022), yakni:

“*“the Avoiders” (political use: low and entertainment-oriented use: high), “the Inactive” (political use: low and entertainment-oriented use: low), “the Distracted” (political use: high and entertainment-oriented use: high), and “the Focused” (political use: high and entertainment-oriented use: low).”*

Pemilih pemula adalah calon pemilih yang baru pertama kali menggunakan hak pilihnya. Pemilih pemula yaitu warga negara atau masyarakat yang harus memenuhi syarat untuk memilih. Masyarakat yang menjadi pemilih pemula antara lain: (1) Remaja yang berusia lebih dari 17 tahun, (2) Sudah pernah kawin, (3) Pensiunan anggota TNI atau POLRI. Menurut pasal 1 ayat (22) UU No 10 tahun 2008, pemilih adalah warga negara Indonesia yang telah genap berumur 17 tahun atau lebih atau sudah atau pernah kawin. Pemilih pemula merupakan objek dalam kegiatan politik, utamanya yang masih memerlukan pembinaan dalam orientasi ke arah pertumbuhan potensi dan kemampuannya. Pemilih pemula diharapkan ke depan dapat berperan dalam bidang politik. Pemilih pemula dalam hal ini termasuk siswa yang masih menempuh pendidikan tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) atau Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) atau Madrasah Aliyah (MA) sederajat yang berusia 17 tahun atau lebih, mahasiswa, dan pensiunan anggota TNI atau POLRI. Pemilih pemula masih perlu mendapatkan pembinaan dan pengarahan agar nantinya ikut serta dalam kegiatan politik secara optimal dan memiliki peran dalam kegiatan politik. (Irrubai, 2014; Novitasari & Suhartono, 2019)

Berdasarkan konseptual tersebut pemilih pemula adalah WNI yang baru pertama kali menggunakan hak pilihnya. Penelitian ini melihat pada pemilih pemula yang berusia 17 tahun

karena dianggap sebagai kelompok yang masih belum memiliki preferensi politik.

Pendidikan Politik

Pendidikan politik bagi pemilih pemula sangat penting, mengingat keberadaannya sebagai generasi milenial yang terpaan mediana cukup beragam, termasuk media sosial. Media sosial ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk memilih pada pemilu (Diana, 2021). Keterbatasan informasi tentang politik pemilih pemula mudah mengubah pilihannya karena terpaan informasi yang mengarah pada *hoax*.

Juwandi, Nurwahid, Lestari (2019) menyebutkan media sosial memiliki peran sebagai sarana pendidikan politik. Media sosial khususnya *Twitter* dan *Instagram* sudah banyak digunakan oleh pemilih pemula sebagai jejaring komunikasi massa. Narasi kampanye menjelang pemilu banyak menggunakan media sosial. Berdasarkan risetnya, eksistensi media sosial telah mampu menarik minat generasi muda untuk berpartisipasi dalam pemilu 2019. Riset lain justru menyebutkan bahwa media sosial sebagai preferensi utama remaja dalam ketertarikan pada politiknya (Park and You, 2015)

Pendidikan politik sebagaimana pendidikan pada umumnya merupakan proses penyampaian sebuah nilai-nilai kepada masyarakat. Pendidikan politik pada dasarnya sebagai usaha dilakukan secara sadar untuk mengubah pandangan seseorang tentang sesuatu hal. Beberapa pakar politik mengaitkan pendidikan politik sebagai bagian dari sosialisasi politik. Sosialisasi politik dilakukan transfer informasi terkait nilai-nilai politik dan budaya politik dalam satu sistem politik. Pendidikan politik juga diharapkan bisa meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses politik (Alfian, 1992; Kartaprawira, 2004; Budiardjo, 2008).

Isi media sosial terlibat aktif dalam membentuk *political engagement* (Matthes, 2022) dengan menempatkan variabel kognisi remaja yang dibentuk oleh informasi media

sosial. Para remaja memiliki empat tipologi bermedia sosial, tetapi tidak menjadikannya *avoiding* dan *engagement* terhadap politik. Remaja menjadi tumpuan generasi suatu negara karena itu diperlukan penguatan terkait *political engagement*.

Pemahaman Pemilu

Pemilu merupakan salah satu sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang berdasarkan pada demokrasi perwakilan. Pemilu sebagaimana amanat Undang-Undang 7 Tahun 2017 adalah sara kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Tingkat I dan DPRD yang dilaksanakan secara bebas langsung dan rahasia.

Pemilu dapat diartikan sebagai mekanisme penyeleksian dan pendelegasian atau penyerahan kedaulatan kepada orang atau partai yang dipercaya (Surbakti, 1992, Syarbani, 2011). Orang atau partai yang dipercayai menguasai pemerintahan diharapkan dapat menciptakan pemerintahan yang representatif (*representative government*). Pemilu juga merupakan satu sarana yang paling konstitusional bagi partai politik untuk menawarkan visi dan misinya. Penawaran dilakukan melewati batas-batas kelompok. Tujuannya untuk mencari dukungan dan aspirasi masyarakat yang telah ditentukan. Dalam pemilu, idealnya partai berkampanye di arena yang orang lain belum tentu memilih partai tersebut. Pemilu dapat diberikan makna atau penafsiran yang bermacam-macam tergantung dari perspektif tujuan, tingkat perkembangan suatu negara, dan jenis demokrasi yang dianut.

Berdasarkan perspektif tujuan, pemilu dapat diberikan makna sebagai pemindahan konflik dari masyarakat kepada perwakilan politik agar integrasi masyarakat tetap terjamin. Konflik dalam masyarakat demokratis merupakan sesuatu yang wajar, sehingga perlu diberikan ruang gerak. Kendati demikian, harus dilakukan manajemen konflik sehingga tercapai konsensus. Melalui

perwakilan politik diharapkan konflik yang terjadi terbatas atau diisolasi hanya pada kalangan elit, tidak meluas pada konflik horizontal, dan mudah melakukan manajemennya, karena yang terlibat dalam jumlah yang relatif kecil. Masih dari perspektif tujuan, pemilu juga dapat diberikan makna sebagai sarana mobilitasi dan menggalang dukungan rakyat terhadap negara dan pemerintah melalui keikutsertaan dalam proses politik.

Fungsi pemilu yang paling dasar dan harus diperhatikan adalah (1) Memberikan kesempatan kepada warga negara untuk memilih sekaligus membatasi perilaku pemerintah, (2) Sarana untuk menghubungkan sikap masyarakat dengan kebijakan pemerintah, (3) Memberikan legitimasi kelas (4) Merupakan sarana perubahan politik secara damai.

Konten Pesan Pemilu

Pendidikan politik menjadi sarana paling strategis untuk mendorong pemilih pemula untuk berpartisipasi menggunakan hak pilihnya. Pendidikan politik mementingkan isi pesan yang disampaikan kepada pemilih pemula menyangkut apa saja. Proses komunikasi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan menentukan apakah tujuan komunikasi itu berhasil atau tidak.

Pesan dapat disampaikan secara langsung (tatap muka) atau menggunakan media (Cangara, 2016). Pendidikan politik melalui media sosial tersebut diharapkan menjadi *continuum political engagement*, yakni tidak sekadar tahu, dan mau memilih, tetapi juga mau terlihat dalam tindak politik termasuk mengawal semua pesan kampanye pasca pemilu (Baker, dkk 2015).

Pendidikan politik yang dilakukan kepada pemilih pemula pada dasarnya adalah aktivitas komunikasi yang mengandung unsur komunikator, pesan, media dan komunikan. Aktivitas komunikasi ini tidak sederhana karena di dalamnya ada tujuan yang hendak dicapai yaitu mengajak pemilih pemula untuk terlibat dalam proses politik. Titik awalnya berupa keterlibatan

dalam pemilu dan pengawalan proses politik yang diamanatkan kepada pemenang kontestasi politik.

Dimensi komunikasi dalam kegiatan pendidikan politik ini, mengacu pada pentingnya pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Setelah pesan disusun berikutnya adalah penggunaan media komunikasi yang tepat.

Komunikasi sebagaimana dikatakan oleh DeVito (2011) merupakan proses yang tidak *reversible*. Sekali mengkomunikasikan sesuatu tidak bisa semauanya mengulang-ulang proses yang sama. Semisal pesan yang disampaikan membawa dampak, penyampaian pesan yang sama hanya bisa mengurangi dampaknya.

Proses komunikasi paling sederhana melibatkan komunikator dan komunikan. Pendidikan politik kepada pemilih pemula bisa dilakukan melalui komunikasi tatap muka (berkelompok) maupun komunikasi dengan menggunakan media massa (cetak, elektronik, *new media*), media sosial, media luar ruang (leaflet, spanduk, poster dll). Beragam media yang digunakan ini bertujuan meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula.

Pesan yang disampaikan melalui beragam media tentunya membutuhkan perencanaan yang tidak sederhana. Pesan pada dasarnya adalah produk dari komunikator yang disampaikan kepada komunikan (pemilih pemula) baik langsung maupun melalui media. Pesan yang didesain komunikator mempunyai tujuan politik yaitu mendorong partisipasi pemilih pemula terlibat dalam proses politik. Pesan (Purwasito, 2017) diartikan sebagai rancang bangun gagasan (*message engineering*) yang dikemas (*message packaging*) sedemikian rupa, memuat motif pesan (*message meaning*), dikirim dan dipertukarkan kepada target tertentu (*message using*), dalam sebuah tindak komunikasi (*communication action*) pada ruang dan waktu tertentu.

Jenis pesan cukup beragam dan tergantung dari aktivitas komunikasi yang dilakukan.

Pesan memiliki bentuk verbal (kata-kata), non verbal (berupa tanda-tanda atau gerak tubuh). Pesan merupakan abstraksi yang ada dalam benak komunikator yang disampaikan kepada komunikan. Pesan supaya bisa dipahami oleh komunikan perlu dikonkritkan dengan memberikan tanda yang bisa dipahami. Rangkaian lambang-lambang komunikasi dalam satuan sistem sehingga membentuk makna disebut bahasa. Proses mengubah pesan menjadi lambang komunikasi atau kode disebut proses penyedia. Sarananya disebut alat penyandi. Sementara komunikan pesan disebut komunikator penyandi pesan (Djawad, 2016)

Terdapat beberapa pendapat tentang aktivitas komunikasi politik bisa dilihat dari beberapa pandangan. Pandangan pertama menganggap komunikasi adalah transmisi pesan. Pandangan ini lebih memfokuskan bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan. Aspek efisiensi pesan dan akurasi pesan. Ukuran keberhasilan lebih menekankan apakah pesan yang disampaikan komunikator bisa membawa dampak kepada komunikan. Pandangan kedua melihat proses komunikasi produksi dan pertukaran makna. Komunikasi dilihat sebagai sebuah aktivitas bagaimana sebuah pesan dimaknai dan diproduksi. Kesalahpahaman dalam memaknai pesan bukan semata-mata kegagalan komunikasi tetapi lebih pada adanya perbedaan budaya, *frame of reference* antara komunikator dan komunikan. (Fiske, 2012).

Riset ini menemukan pesan pemilu dimaknai oleh pemilih pemula yang menjadi target komunikator dalam hal ini institusi Komisi Pemilu (KPU). Pemaknaan pemilu menjadi masukan bagi KPU untuk mendesain pesan terkait pemilu untuk pemilih pemula. Hasil ini membantu KPU mengembangkan desain pesan tentang pemilu yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang merupakan strategi peneliti untuk melihat peristiwa, fenomena dalam kehidupan individu dan meminta seseorang atau sekelompok individu untuk berbicara tentang realitas sosial, yang dalam hal ini adalah pemilih pemula. Selanjutnya, peneliti memaparkan informasi ini dalam rangka membangun pengetahuan melalui data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang menjadi informan tertulis atau lisan dari orang-orang yang menjadi informan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui *Focus Group Discussion* (FGD), yakni suatu teknik pengumpulan data kualitatif yang mempertemukan peneliti dengan beberapa peserta sebagai kelompok untuk mendiskusikan suatu isu atau permasalahan khusus melalui diskusi kelompok. Peneliti bertindak selaku fasilitator yang memandu diskusi dengan meminta para peserta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang bersifat terbuka. Adapun dalam pelaksanaannya, FGD dilakukan bersama anggota KPU Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), kabupaten atau kota serta relawan demokrasi. FGD ini mendiskusikan tentang program-program sosialisasi yang dilakukan oleh KPU. Kemudian relawan demokrasi menemukan persoalan-persoalan yang sebenarnya diinginkan oleh pemilih pemula. Salah satu sasaran relawan demokrasi adalah pemilih pemula yang masuk dalam kelompok rentan.

Data primer juga digali melalui kuesioner berisi pertanyaan terbuka melalui *google form* yang disebarluaskan melalui group Whatsapp mahasiswa semester satu di beberapa perguruan tinggi yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data-data ini digunakan untuk mengidentifikasi konten pemilu yang selama ini diterima pemilih pemula dan konten yang diinginkan oleh pemilih pemula.

Hasil Penelitian dan Pembahasan Karakteristik Pemilih Pemula

Pemilu di Indonesia sudah berlangsung sejak zaman pemerintahan Orde Lama, Orde Baru dan pasca reformasi. Bisa dikatakan dalam setiap era, pemilu memiliki dinamika tersendiri. Kendati demikian pemilih pemula menjadi perhatian dan kajian riset dari berbagai kalangan karena pemilih pemula merupakan sasaran utama peserta yang maju dalam kontestasi politik.

Pemilih pemula terutama yang baru duduk di bangku SMA atau SMK dan masuk perguruan tinggi belum memiliki preferensi politik yang pasti. Ini tidak berarti belum pernah menerima informasi politik. Pasalnya, *social media monitoring* bidang politik sudah tumbuh di Indonesia seperti *politicawave* yang didirikan oleh Yose Rizal pada bulan Mei 2012, *IndecPolitica*, dan *Win and Wise Communication* yang banyak melakukan analisis pilkada di Indonesia Timur (Abugaza, 2013). Informasi politik juga dapat diperoleh di media mainstream (cetak, elektronik), media *online*, dan media digital informasi politik.

Di Provinsi DIY yang menjadi fokus penelitian terdapat lima kategori pemilih (a) Generasi Z (17-24 tahun) sebanyak 306.400 orang (14 %), (b) Generasi milenial 25-39 tahun sebanyak 577.275 orang (28 %), (c) Generasi X (40-55 tahun) sebanyak 643.343 orang (31 %), (d) Generasi Baby Boomer (56-76 tahun) sebanyak 481.332 orang atau 23 %. (d) Di atas usia 76 tahun mencapai 89.113 orang (4 %). Melihat profil ini pada dasarnya generasi Z adalah pemilih pemula. Generasi ini sering disebut sebagai massa mengambang karena belum memiliki preferensi tentang figur kontestan pemilu yang dipilih. Tidak mengherankan apabila pemilih pemula menjadi kelompok yang menjadi sasaran untuk sosialisasi pemilih.

KPU Provinsi DIY menyelenggarakan pemilu kepala daerah tahun 2020 untuk tiga kabupaten dengan jumlah pemilih pemula mencapai 115.149 orang, dengan rincian Kabupaten Gunung Kidul (31.214 orang), Kabupaten Bantul (39.295 orang) dan Kabupaten

Sleman (44.640 orang).

Pendidikan Politik Pemilih Pemula

Memperhatikan signifikansi jumlah dari pemilih pemula, tidaklah mengherankan apabila pemilih pemula menjadi kelompok yang menjadi sasaran untuk pendidikan politik. Berbagai upaya telah dilakukan oleh Komisi Pemilu (KPU) se-DIY untuk melakukan upaya pendidikan politik bagi pemilih pemula sebagai upaya mendorong partisipasi pemilih pemula untuk menggunakan hak pilihnya.

KPU Gunung Kidul melakukan pendidikan pemilih melalui sosialisasi tata muka kepada pemilih pemula dengan mengutamakan sekolah-sekolah di wilayah pinggiran karena akses informasi tentang pemilu lebih terbatas. “Kita melihat pemilih pemula lebih banyak mengakses informasi politik melalui media sosial,” ujar Suparmi dari KPU Gunung Kidul (FGD 31 Mei 2022). Terkait dengan hal itu untuk KPU Gunung Kidul mengadakan lomba kreasi untuk pemilih pemula dengan membuat film atau video pendek terkait pemilu dengan tidak melanggar ketentuan sebagaimana diatur dalam pemilu. Berdasarkan lomba kreasi berupa pembuatan film pendek dengan disisipi pesan pemilu, harus ke Tempat Pemungutan Suara (TPS), tidak boleh salah pilih dan lainnya. “Berdasarkan karya P dapat disimpulkan bahwa pemilih pemula memahami substansi dari pemilu dan mengemasnya dalam bentuk video pendek tersebut,” ungkap Suparmi.

KPU Kabupaten Kulon Progo pada tahun 2020, dalam rangka memberikan pemahaman politik kepada pemilih pemula dengan mengadakan sosialisasi kepada siswa menengah atas melalui program Pemilu Sekolah (pemilos) yang 106 sekolah selama kurun waktu 1 bulan, dengan melibatkan sekitar 20.000 pemilih. Kemudian tahun 2021 membuat modul pilos daring yang melibatkan 112 sekolah. Siswa yang menjadi panitia pemilihan OSIS didampingi guru ini di training yang di training selama 6 bulan dari mulai rekapitulasi, pendataan dari *google form*.

Aktivitasnya disesuaikan dengan kenyataan pemilu dan mendorong tingkat partisipasi jumlah vote sebanyak 100%

“.... cara modern perlu tetapi tanpa meninggalkan cara konvensional, misal *covid* membuat tatap muka menjadi daring tapi masih bisa dijangkau pamflet dan *flyer*. Pemilih pemula masih menginginkan adanya sosialisasi tatap muka karena memerlukan interaksi dengan pemberi informasi....” ujar Muntharsih dari KPU Kulon Progo.

Secara praktis pemilih pemula juga perlu bersinggungan dengan kontestasi pemilihan pemimpin yang disebut Pemilihan OSIS (pemilos) yang dewasa ini didesain seperti pemilu. KPU di berbagai level di Indonesia juga menggunakan Pemilos ini sebagai sarana mengenalkan pemilu.

“.... untuk mensosialisasikan pemilu pada pemilih pemula kami banyak mengunjungi sekolah-sekolah dengan membantu penyelenggaraan pemilos. Peserta di tahun 2020 terdapat 106 sekolah, waktu satu bulan, terdapat sekitar 20.000 pemilih 2021 membuat modul pemilos daring dari 112 sekolah yang di-*training* PPO (Panitia pemilihan OSIS, tiga orang dan guru pendamping tiga orang), waktu sebanyak enam bulan dari rekapitulasi, pendataan dari gform, disesuaikan dengan kenyataan pemilu, banyak 28.000-an pemilih dengan tingkat partisipasi sebanyak 76%” ungkap Tri Mulatsih, S.Pd, MA dari KPUD Kulon Progo.

Musnif Istiqomah anggota KPU Bantul mengemukakan pada FGD, konten dalam kegiatan pemilos di Bantul ada 104 sekolah pada dasarnya berisi nilai-nilai untuk mempersiapkan pemilih pemula-bekal informasi sebagai warga negara yang menggunakan hak pilihnya. Pemilos sebagai sarana KPU untuk mengenalkan tahapan pemilu sebenarnya untuk menanamkan *character building* tentang makna kontestasi proses politik. Siap kalah atau menang dalam kontestasi.

“....pemilih pemula harus diberi bekal yang cukup sehingga tidak kebingungan dan apatis dengan pemilu. Selain itu, juga dipersiapkan sebagai penyelenggara pemilu yang duduk di PPK atau PPS di

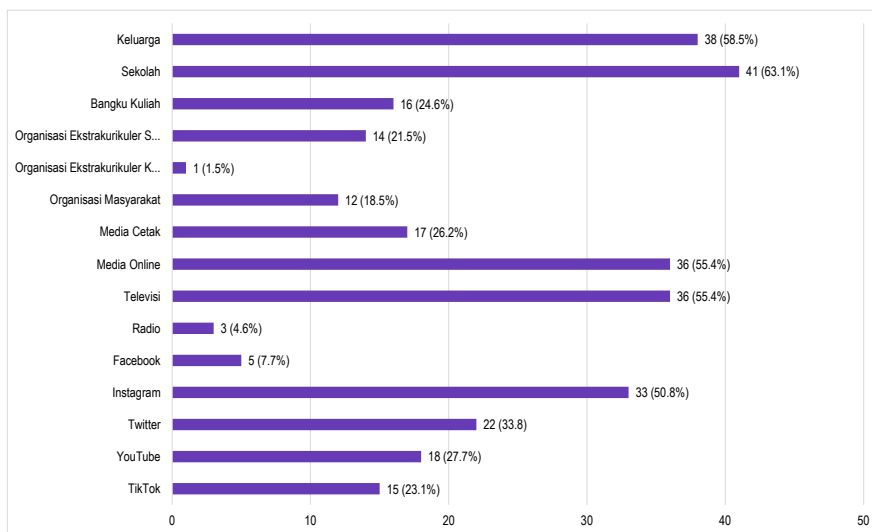
wilayah masing-masing....” ujarnya.

Pendidikan politik yang merupakan bagian dari sosialisasi politik melalui sekolah-sekolah diharapkan meningkatkan partisipasi politik pemula. Pesan politik tidak diberikan secara langsung tetapi diselipkan dalam berbagai aktivitas. KPU sebagai lembaga yang ditugasi untuk melakukan pengenalan dan sosialisasi tentang pemilu melalui pemilos merupakan langkah strategis.

Menurut Wawan Budiyanto, S.Ag, M.Si dari KPU DIY dalam FGD segmen pemilih pemula hampir mendekati 54%. Pemilih pemula saat ini banyak dilibatkan sebagai penyelenggara pemilu di wilayah masing-masing. KPU Kabupaten Bantul pada Pilkada 2020 jumlah pemilih pemula berusia 17-25 tahun yang menjadi KPPS mencapai 28 %, di Gunung Kidul 25% dan Sleman 25 %. Berdasarkan data ini sebenarnya ada harapan bahwa pemilih pemula tidak apatis.

Jumlah pemilih pemula yang tidak menggunakan hak pilih dengan berbagai alasan masih tinggi. Di DIY masih cukup tinggi hampir 40 % dari jumlah pemilih pemula yang terdaftar. Pemilih pemula tidak tunggal sangat beragam. Pemilih pemula ada yang akses informasi politik cukup mudah namun tidak memahami substansi. Ada yang kritis tapi substansi yang diperoleh tidak tepat tentang pemilu. Di sisi lain ada yang masing terbatas akses terhadap sumber informasi politik, termasuk Pemilu. Kondisi pemilih pemula beragam tetapi kesamaan tergantung pada media sosial sebagai satu-satunya sumber informasi.

Hal ini disadari oleh tokoh-tokoh politik dalam maupun di luar negeri, mencoba menggaet konstituennya menggunakan media sosial. Hal ini bisa dilihat dari akun-akun media sosial yang dimiliki tokoh politik yang jumlah pengikutnya cukup besar. *Twitter* milik tokoh-tokoh politik Indonesia misalnya @jokowi dengan 18.858.150 pengikut, @prabowo dengan 4.588.611 pengikut, @aniesbaswedan 4.784.092 pengikut @SBYudhoyono 10.245.885 pengikut. Belum



Gambar 1. Sumber Informasi
Pemilih Pemula
Sumber: Data Primer, 2022

lagi tokoh dunia seperti dunia seperti @obama 133,363.022 pengikut.

Bandingkan dengan twitter @KPU yang hanya memiliki 219.183 pengikut, @KPU DIY 1.422 @KPUjabar hanya 1.241 pengikut (diolah dari data sekunder 2022).

Lembaga yang mempunyai tanggung jawab melakukan sosialisasi pemilu masih sangat sedikit jumlah pengikut di Twitter menjadi perhatian khusus. Pemilih pemula dari segmen ini sangat familiar dengan media sosial, khususnya Twitter tetapi akun milik KPU justru masih sedikit pengikut.

Sumber Informasi Politik Pemilih Pemula

Pemilih pemula sebagai generasi milenial yang tidak hanya terpaku pada satu sumber informasi dalam hal apapun, termasuk di antaranya tentang politik. Terlebih di era distrupsi informasi seperti sekarang ini terpaan media terkait tentang politik tidak hanya terpaku pada satu media saja. Media *online* dan media cetak masih menjadi rujukan utama untuk mendapatkan informasi tentang politik. Diikuti dengan media sosial *Instagram*, *Twitter*, *Youtube* dan *Facebook*. Informasi melalui media ini kemudian menjadi rujukan untuk mendiskusikan dengan keluarga,

teman sebaya baik di sekolah, bangku kuliah dan teman yang ada di kegiatan ekstrakurikuler. Hal ini dapat terlihat pada Gambar 1.

Kendati demikian, keberagaman informasi politik yang diterima oleh pemilih pemula tidak serta merta bisa secara komprehensif memberikan informasi tentang politik. Pemilih pemula masih melihat politik, pemilu, bahkan aktivitas yang selama ini dilakukan oleh Komisi Pemilu dari berbagai level masih terbatas pada fenomena-fenomena politik yang terjadi di masyarakat. Padahal pemilih pemula merupakan kelompok sasaran yang harusnya dibuka cara berpikirnya dalam melihat persoalan politik.

Pemahaman Politik Pemilih Pemula

Pemilih pemula dalam memaknai politik di era distrupsi informasi saat ini ternyata masih sangat parsial dan sempit Hal ini tidak terlepas dari konten pendidikan politik yang di terima baik melalui saluran formal atau informal. Pemahaman pemilih pemula tentang politik masih terbatas secara tekstual yang telah di peroleh di bangku Pendidikan formal, misalnya, melalui pelajaran PPKn, pemilihan OSIS di sekolah, KPU Kabupaten atau Kota juga melakukan intervensi. Pemilu dibuat sebagaimana tahapan pemilu.

Berdasarkan data dari kuesioner, dapat di peroleh bahwa pemahaman tentang politik dapat digolongkan ke dalam empat persoalan besar secara terminologis yaitu; 1) Politik dipahami sebagai bermacam-macam kegiatan dalam satu sistem politik yang menyangkut proses menentukan tujuan-tujuan dari sistem dan melaksanakan tujuan-tujuan (dilihat dari undang-undang dasar dari satu negara); 2) Interaksi antara pemerintah dan masyarakat politik dalam kerangka ini berarti *public policy* (kebijakan publik) di mana kebijakan tersebut bersifat *binding* mengikat semua warga negara. Untuk melaksanakan kebijakan tersebut dilakukan paksaan (*coercion*) dan dilakukan oleh pihak yang mempunyai kekuasaan atau memegang otoritas (*authority*); 3) Politik dikaitkan dengan kekuasaan (*power*). Dalam kerangka ini maka isi politik adalah sebagai usaha untuk memperoleh, memperbesar dan mempertahankan kekuasaan. Dalam konteks ini sering terjadi manipulasi; 4). Politik dikaitkan dengan distribusi nilai.

Ada delapan nilai yang diperebutkan dan dicari masyarakat yaitu; 1) Kekuasaan; 2) Kesejahteraan; 3) Keamanan; 4) kebebasan atau *freedom*; 5) kesehatan; 6) Hal-hal yang berhubungan dengan nilai agama atau moral; 7) Kehormatan; dan 8) Kekayaan.

Konten Pesan Pemilu dalam Perspektif Pemilih pemula

Pesan tentang pemilu yang menjadi kajian riset ini dimulai dengan pemahaman tentang pemilu, bagaimana sosialisasi pemilu oleh KPU DIY, konten pemilu yang seperti apa yang sebenarnya diinginkan oleh pemilih pemula. Data primer ini diolah dari Google Form yang masuk. Kemudian mencoba dikaitkan hasil dari FGD dengan relawan demokrasi yang berhadapan langsung dengan pemilih pemula.

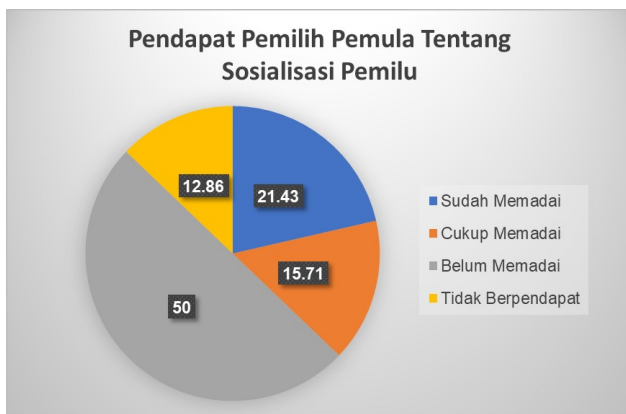
Pemilu dalam benak pemilih pemula masih dimaknai secara normatif, antara lain; 1) Bertujuan untuk mencari pemimpin yang menjalankan tujuan negara; 2) Memberikan

kesempatan kepada semua warga negara yang telah memenuhi syarat dan ketentuan yang diajukan untuk dapat berpartisipasi langsung untuk memilih pemimpin; 3) Saluran untuk mencari pemimpin; 4) Untuk memilih wakil rakyat dan wakil daerah, serta untuk membentuk pemerintahan demokratis, kuat dalam rangka mewujudkan tujuan nasional sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia; dan 5) Untuk mendapatkan pemimpin dari suara terbanyak.

Pemahaman ini tidak salah karena tujuan pemilu secara normatif adalah untuk melakukan rotasi pemimpin secara damai. Pemahaman ini menjadi persoalan ketika saluran informasi melalui dunia maya menampilkan banyaknya konflik. Akhirnya, muncul apatisme karena perebutan kekuasaan dimaknai sebagai sesuatu yang negatif. Padahal pemilu harusnya dimaknai secara lebih holistik yaitu sebagai upaya mencari pemimpin dengan memperhatikan komitmen atau janjinya kepada masyarakat. Setelah pemimpin itu terpilih, masyarakat harus mengawal bagaimana pemimpin yang terpilih tersebut merealisasikan janjinya.

Pemilih pemula yang menjadi informan sebagian belum pernah mengikuti sosialisasi tentang pemilu yang diadakan oleh KPU atau lembaga lain jumlahnya (20 %). Pemilih pemula yang pernah terterpa atau mendapatkan informasi tentang pemilu oleh KPU mengemukakan informasi masih sangat teknis, seputar cara mendaftar, cara menggunakan hak pilih dan lainnya. Pemilih tersebut tidak dibekali dengan informasi bagaimana seharusnya menggunakan hak pilihnya, sehingga sosialisasi pemilu yang dilakukan KPU tidak memadai. Hal ini dapat terlihat pada Gambar 2.

Berdasarkan Gambar 2 tersebut hasil survei pada 70 responden didapatkan hasil bahwa 50% responden menyatakan materi sosialisasi pemilu belum memadai; 21,43% berpendapat sudah memadai; 15,71% menyatakan cukup memadai dan 12,86% menyatakan tidak berpendapat.



Gambar 2: Pendapat Pemilih Pemula tentang Sosialisasi Pemilu

Sumber: Data Primer Olahan Penulis 2022

Sosialisasi pemilu bukan hanya teknis memilih tetapi mengembangkan atau mengubah pola berpikir untuk apa dan mengapa harus memilih. Pesan yang disampaikan kurang efektif. KPU dalam menyampaikan sosialisasi sering tidak mengaitkan dengan fenomena dalam masyarakat, misalnya mengapa memilih pimpinan harus ada konflik.

KPU dalam menyampaikan pesan pemilu harus mempunyai informasi yang cukup apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh pemilih pemula yang menjadi target audiensnya. Penelitian ini memaparkan apa sebenarnya diinginkan oleh pemilih pemula terkait pesan pemilu.

Pesan terkait dengan pemilu yang diinginkan oleh pemilih pemula bisa digolongkan dalam beberapa kategori yaitu; 1) Menjelaskan pentingnya menggunakan hak pilih dalam pemilu selain memilih pimpinan; 2) Perlu ada informasi lengkap tentang calon yang mau dalam kontestasi pemilihan; 3) Perlu dijelaskan secara detail untung ruginya golput atau tidak menggunakan hak suara dalam pemilu. Tidak saja himbuan dilarang golput tanpa penjelasan konsekuensinya; 4) Menyangkut tentang visi misi dari kandidat yang dikemas lebih ringan dan mudah diterima oleh masyarakat, dibuat konten yang sederhana, ringkas, tapi tetap menyampaikan inti pesan; dan 5) Konten politik terkait pemilu harus mengedepankan mekanisme serta tata cara dalam

menggunakan hak pilih. Selain itu, beberapa aturan seperti masa tenang pemilu, tata cara mengadakan kecurangan, dan lain-lain juga dapat diinformasikan kepada masyarakat. Hal tersebut berguna untuk memastikan masyarakat sadar bagaimana menggunakan hak pilih tersebut serta meminimalisir kecurangan yang kerap terjadi dalam setiap proses pemilu.

Selain itu pemilih pemula juga menginginkan pesan pemilu juga mengandung; 1) Edukasi atau kisi-kisi memilih pasangan calon yang baik dan benar. Peringatan terhadap kemunculan buzzer dan penyebaran hoaks; 2) Konten politik yang benar-benar realistis, mampu menjawab persoalan atau permasalahan di dalam masyarakat. Bukan hanya sekadar janji belaka yang tidak dapat diukur keberhasilannya. Selain itu, harus memihak kepada rakyat, bukan golongan tertentu; 3) Konten yang memuat kesadaran tentang politik dan sosialisasi politik sebagai faktor pendukungnya; 4) Sosialisasi pemilu, dan edukasi pemilu tentang hak dan kewajiban sebagai warga negara agar warga negara paham dan bisa mendapat hak dan menjalankan kewajibannya; 5) Konten politik yang terkait pemilu sebaiknya menyangkut tentang bagaimana cara melakukan pemilu, bagaimana agar tidak canggung dengan lawan bicara ketika saat mengobrol tentang jagoan dalam pemilu ternyata berbeda kubu, dan bagaimana agar tidak terjadi perpecahan saat masa pemilu; 6) Tentang penjelasan alasan dan esensi dari kegiatan pemilu, serta bagaimana cara memilih calon dengan baik dan benar, bukan sekadar terpengaruh orang lain; dan 7) Bagaimana mengidentifikasi kecurangan-kecurangan pemilu yang sebagian besar informan menunjuk pada money politik. (Diolah dari data primer).

Berdasarkan uraian di atas maka pesan pemilu yang disampaikan oleh komunikator hal ini bisa KPU atau institusi, kelompok masyarakat yang bergerak dalam kegiatan pemilu bisa dikelompokkan menjadi beberapa bagian. Pertama, pesan informatif adalah pesan yang berisi keterangan fakta dan data kemudian

komunikasikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu. Hal-hal yang terkait dengan pesan informatif antara lain: (a) Prosedur pendaftaran sebagai calon pemilih, calon anggota penyelenggara pemilu (KPPS, PPS), (b) Tata cara teknis menggunakan hak suara. Kedua, pesan edukatif adalah pesan yang didalamnya menekankan untuk pendidikan atau penanam sebuah nilai-nilai antara lain (a) Bagaimana cara mendapatkan informasi kandidat pemimpin, (b) Apa yang harus dilihat dari calon yang dipilih (c) Bagaimana mengkomunikasikan permasalahan terkait pemilu (d) Kisi-kisi yang harus diperhatikan ketika mendengarkan kampanye (e) Hal-hal apa yang bisa didiskusikan ketika membahas calon kandidat (f) Untung rugi dari bersikap golput. Tiga, pesan persuasif adalah bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang disampaikan memberikan sikap berubah, antara lain: (a) Mengapa pemilu itu penting, (b) Bagaimana menggunakan hak dan kewajiban dengan baik. Empat, pesan koersif adalah jenis pesan yang isinya bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi. Bentuk yang terkenal dari penyampaian secara ini adalah agitasi dengan penekanan yang menumbuhkan tekanan batin dan ketakutan di kalangan publik, antara lain: (a) Bagaimana mengidentifikasi pelanggaran pemilu, (b) Sikap yang harus ditunjukkan bila (c) Sanksi hukum terhadap pelanggaran pemilu.

Pesan hanya menjadi pesan yang tidak ada maknanya bila komunikator tidak menyampaikan kepada publik. Pemilihan media yang digunakan juga harus memperhatikan desainnya, bagaimana mengelola media untuk menyampaikan pesan tersebut. Di era distrust informasi ini pesan tentang pemilu oleh KPU salah satunya melalui media sosial. KPU pusat hingga daerah bisa dikatakan semua sepakat untuk lebih banyak menggunakan media sosial karena pemilih pemula tidak bisa dilepaskan dari media sosial baik dengan menggunakan gawai atau perangkat lainnya.

Penggunaan media berbasis internet meskipun menjangkau banyak audiens dan mengikis jarak geografis tidak banyak dilihat bila pengelolaan dari akun-akun media sosial itu tidak profesional.

“... penggunaan media berbasis internet ini efektif. dapat untuk membangun jejaring dengan pemilih muda atau pemula. Kami terus memperbaiki konten pesan melalui media sosial ini...,” papar ketua KPU DIY Hamdan Kurniawan, M.Si

Pemilih pemula mempunyai pendapat tersendiri bagaimana konten politik dan pemilu melalui media sosial sangat diperlukan. Platform media sosial seperti *Twitter* dan *Instagram* bisa dimanfaatkan sebagai ruang diskusi untuk pemilih pemula. Pesan yang disampaikan bahasanya harus ringan dan mudah dipahami. Tidak perlu bertele-tele karena terbatasnya space. Pengelola akun harus bisa mengemas melalui beberapa unggahan tetapi unggahan pertama harus merangsang netizen untuk mengikuti unggahan berikutnya.

Matthes (2022) berpendapat justru di sinilah letak kesulitan para admin media sosial selama kampanye, karena harus dapat menyasar kaum *focused*, atau *distracter*. Hal ini penting agar isi pesan politik diperhatikan secara intens, mengingat kelompok inilah yang potensial sebagai *political engagement*. Sementara kelompok *the avoider* dan *the inactive* cenderung acuh terhadap isi berita politik, karena lebih asyik dengan *entertainment*. Strategi komunikasi diubah melalui metode *entertainment* guna menyasar para *avoider* dan *inactive* tersebut. Apalagi jumlahnya juga sangat potensial digiring menjadi *voters* yang tanpa mempedulikan evaluasi pasca pencoblosan.

Konten yang sebaiknya disampaikan melalui media atau media sosial seharusnya disesuaikan dengan target yang dituju. Contohnya jika konten politik di media sosial *Instagram* maka disampaikan dengan gaya bahasa yang menarik disertai ilustrasi dan konten grafis sehingga generasi muda lebih paham.

Pemilih pemula juga berpendapat media sosial informasinya sangat cepat sehingga harus selalu *up to date*. Di sisi lain, akun-akun yang dimiliki oleh KPU faktanya sering tidak *up to date*. Pesan yang diunggah harus dikaitkan dengan tren yang saat ini berkembang dalam masyarakat. Konten politik yang disampaikan melalui media/media sosial dapat memberikan banyak dampak positif apalagi di era modernisasi yang hampir semua aspek menggunakan teknologi digital. Melalui media atau media sosial, politik lebih mudah untuk dijangkau sehingga banyak orang menjadi melek politik terkhusus untuk generasi muda. Konten politik di media atau media sosial juga membuat masyarakat lebih kreatif dan unik dalam memuat hal-hal berkaitan politik.

Sebaiknya konten politik berisi edukasi atau pembelajaran kepada anak-anak muda dan menunjukkan bahwa politik itu tidak menyeramkan, adil, bersih dan jikalau ada persaingan pun persaingan secara sehat. Politik sejatinya adalah pisau bermata dua, ada positif dan negatif. Penggunaan politik yang berdampak positif harusnya lebih digencarkan lagi di media sosial.

Penggunaan media sosial yang juga disoroti oleh pemilih pemula yang melalui *Tiktok* atau *Youtube*. Akun-akun yang ada tidak memperhatikan talent yang dijadikan komunikator pesan. Talent ini penting karena bisa mendorong orang untuk mengikuti akun tersebut. Misalnya, akun *Tiktok* KPU DIY dalam setiap unggahan jumlah yang mengikuti masih sangat sedikit. Jumlah yang mengikuti tidak sampai ribuan. Misalnya, *Tiktok* yang memberikan informasi tentang keberadaan KPU DIY juga yang mengikuti hanya ditonton 443 kali.

KPU atau lembaga yang memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan perlu melakukan identifikasi terlebih dahulu sebelum mengunggah dan menentukan jenis media, *platform* media sosial. Perlu ada perencanaan yang matang agar pesan yang disampaikan bisa sampai kepada sasaran. Penggunaan media sosial

sangat efektif karena cepat dan daya jangkauan luas. Ini menjadi tidak bermanfaat bila dikerjakan dengan terburu-buru.

Berdasarkan uraian di atas konten pemilu untuk pemilih pemula hendaknya memperhatikan langkah sebagai berikut; 1) Mengidentifikasi pesan yang disampaikan; 2) Menentukan jenis pesan termasuk pesan informatif, edukatif, persuasif atau koersif; 3) Menentukan penggunaan media termasuk *platform* media yang digunakan; 4) Menentukan talent (komunikator yang menyampaikan) terutama untuk *platform Tiktok* atau *Youtube*; 5) Menentukan narasi pesan.

Simpulan

Pemilih pemula memiliki posisi strategis sehingga banyak menjadi sasaran peserta kontestasi pemilu. Pemilih pemula belum memiliki preferensi politik yang pasti. Pendekatan yang kurang tepat terhadap pemilih pemula ini seringkali justru menjadi penyumbang terbesar angka golput.

Mengingat pemilu adalah sarana yang paling konstitusional pergantian pimpinan secara damai maka pendekatan pemilih pemula harus dilakukan dengan baik. Salah satu langkah yang paling ideal adalah mencoba mengetahui pemahaman pemilih pemula terkait pemilu.

Berdasarkan hasil penelitian, pemilu oleh pemilih pemula dimaknai secara beragam. Mayoritas hanya memaknai pemilu secara normatif yaitu sebagai sarana memilih pimpinan. Pemahaman secara normatif ini menyebabkan pemilih pemula hanya melihat pemilu secara teknis tidak melihat bahwa pemilu adalah sebuah proses yang harus terus dikawal hingga janji kampanye kontestasi politik terpenuhi.

Pesan yang terkait dengan pemilu harus diidentifikasi. Ada empat pesan yang harus dicermati yaitu pesan informatif, edukatif, persuasif dan koersif. Di mana isi pesan ini penekanannya berbeda-beda tetapi dapat membantu pemilih pemula memahami pesan tentang pemilu secara menyeluruh

Penggunaan media untuk menyampaikan pesan juga harus diperhatikan. Mengingat pemilih pemula adalah generasi yang sangat familiar dan selalu menggunakan media berbasis internet maka media sosial dengan bermacam *platform* bisa dimanfaatkan. Aspek utama yang harus diperhatikan adalah komunikator yang menyampaikan dan narasi yang disampaikan.

Selanjutnya mengingat pluralitas netizen, perlu ditingkatkan tentang kesadaran nilai. Nilai dalam *political engagement* adalah nilai humanism, dengan menekankan pada kesadaran hukum atas ekspresi sehingga para pemilih pemula tidak terkontaminasi oleh kejahatan ujaran dalam merespon atau mendukung. Demikian juga dengan variasi praktik dari *political engagement* sangat variatif, mulai dari pembaca, komentator, viralisasi, atau bahkan ikut aktif terlibat dalam kampanye sukarela ataupun aktif dalam Lembaga pengawas pelaksanaan pemilu. Hal tersebut terlihat dari beragam latar belakang, pola rekognisi, dan strata sosial. Terakhir diperlukan akses dan representasi, terkait dengan keterlibatan para pemilih pemula dalam keputusan politik, pembelaan terhadap pihak yang tidak digubris oleh sistem. Selain itu, konten politik bukanlah konten searah tetapi timbal balik karena itu diperlukan sikap saling memahami atas kondisi yang disparitas.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta selaku penyandang dana melalui Hibah Internal Skema Penelitian Terapan.

Daftar Pustaka

Abugaza, Anwarm, (2013). *Social Media Politica (Gerak Manusia Tanpa Lembaga*. Jakarta: PT Tali Writing & Publishing House
Alfian. (1992). *Pemikiran dan Perubahan Politik Indonesia*. Jakarta: Gramedia
Azirah. 2019. "Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pesta Demokrasi."

Politica: Jurnal Hukum Tata Negara Dan Politik Islam 6(2):86–100. doi: 10.32505/politica.v6i2.2735.
Baker, L., Wright, K., Laufer, C., & Spencer-Carver, E. (2015). *A Study of Civic Engagement Among Older Adults in Eastern Jackson County*.
Budiarjo, Miriam. (2008). *Pengantar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia.
Cangara, Hafid. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grasindo Perkasa. Jakarta
DeVito (Alih Bahasa: Ir. Maulana M.S.M). (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
Diana. (2021). "Media Sosial Dengan Sikap Pemilih Pemula." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 9(4):829. doi: 10.30872/psikoborneo.v9i4.6789
Djawad, Alimuddin A. (2016). "Pesan, Tanda, Dan Makna Dalam Studi Komunikasi." *STILISTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya* 1(1):95–101. doi: 10.33654/sti.v1i1.344.
Fiske, John (alih Bahasa Hapsari Dwiningtyas), (2011), *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ed.3. Cet.1., Jakarta : Rajawali Press
Irrubai, Mohammad Liwa. (2014). "Partai Politik Dan Pemilih Pemula." *Society* 5(2):61–71. doi: 10.20414/society.v5i2.1458
Juwandi, R., Nurwahid, Y., & Lestari, A. (2019). Media sosial sebagai sarana pendidikan politik untuk mengembangkan literasi digital warga negara. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP Untirta*, 2(1), 369–378. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/psnp/article/view/5636>
Kartaprawira, Rusadi. (2002). *Sistem Politik Indonesia*. Bandung: Sinar Baru Agensindo
Matthes, J. (2022). Social Media and the Political Engagement of Young Adults: Between Mobilization and Distraction. *Online Media and Global Communication*, 1(1), 6–22. <https://doi.org/10.1515/omgc-2022-0006>
Novitasari, M. E. dan Suhartono. (2019).

- Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019 di Desa. 2.*
- Wardhani, P. S. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilu. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v10i1.8407>
- Park, K., & You, S. (2015). Media Use Preference: The Mediating Role of Communication on Political Engagement. *Journal of Pacific Rim Psychology*, 9(2), 97–107. <https://doi.org/10.1017/prp.2015.8>
- Purwasito, Andrik. (2017). “Analisis Pesan.” *Jurnal The Messenger* 9(1):103. doi: 10.26623/themessenger.v9i1.434
- Surbakti, Ramlan. (1992). Memahami Ilmu Politik. Jakarta: PT.Grasindo
- Syarbaini, Syahrial. (2011). *Pengetahuan Dasar Ilmu Politik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Yurttagüler, L., & Martinez, R. (2020). *Compendium “The future of young people’s political participation: questions, challenges and opportunities.*