

**Pendidikan Literasi Politik KPU Kota Semarang Melalui Media Sosial dalam
Menghadapi Pemilu 2024**

Proposal Skripsi
Program Sarjana (S-1)
Jurusan Ilmu Politik



Oleh:
Risma Nisrina Firdaus
1706016042

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2022**

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik
UIN Walisongo Semarang
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi;

Nama : RISMA NISRINA FIRDAUS
NIM : 1706016042
Jurusan : Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pendidikan Literasi Politik KPU Kota Semarang Melalui Media Sosial dalam Menghadapi Pemilu 2024

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan.

Demikian,atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 26 Desember 2022

Bidang Substansi Materi & Tatatulis



H. Drs Nur Syamsudin, MA

NIP. 196805051995031002

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Pendidikan Literasi Politik KPU Kota Semarang Melalui Media Sosial dalam Menghadapi Pemilu 2024

Disusun Oleh:

Risma Nisrina Firdaus

1706016042

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi pada tanggal 30 Desember
2022 dan telah dinyatakan lulus

Susunan Dewan Penguji



Ketua

[Signature]
Anwan Fanani, M.Ag
NIP. 197809302003121001

Sekretaris

[Signature]
H. Drs Nur Syamsudin, MA
NIP.196805051995031002

Penguji I

[Signature]
Muhammad Mahsun, M.A
NIP. 198511182016011901

Pembimbing I

[Signature]
H. Drs Nur Syamsudin, MA
NIP. 196805051995031002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, Desember 2022



Risma Nisrina Firdaus

1706016042

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbi'alamin, dengan segala kerendahan hati, penulis panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas izin, rahmat serta hidayahNya, penulisan usulan penelitian dengan judul **“Pendidikan Literasi Politik KPU Kota Semarang Melalui Media Sosial dalam Menghadapi Pemilu 2024”**.

Dalam penyajian usulan penelitian ini penulis menyadari masih belum mendekati kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan koreksi dan saran yang sifatnya membangun sebagai bahan masukan yang bermanfaat demi perbaikan dan peningkatan diri dalam bidang ilmu pengetahuan baik untuk penulis maupun pembaca.

Akhir kata penulis berharap semoga usulan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Semarang, Desember 2022

Penulis

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW, karena beliau adalah sumber dari segala ilmu pengetahuan. Dengan terselesaikannya skripsi ini, maka penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu dan almarhum ayah saya yang selalu memberikan motivasi, semangat serta selalu menyirami kasih sayang. Tidak lupa doa yang diberikan sepanjang waktu serta nasehat-nasehat untuk selalu menjadi lebih baik.
2. Untuk adik tersayang, Farid yang selalu memberikan semangat dan selalu meminta pajak jajankakaknya.
3. Bapak Dosen yang sangat mbois dan baik hati Bapak Syamsudin terimakasih banyak untukmusebagai dosen pembimbing saya yang telah bersedia mengantaerkanku untuk mengantungi gelar sarjana. Semoga kebahagiaan saya juga merupakan kebahagiaan pak Syam sebagai “guruku” yang teramat baik.
4. Teman-teman seperjuangan Ilmu Politik angkatan 2017. Terimakasih banyak untuk bantuan dan kerjasamanya selama ini, khususnya Cantika, Riana, Vivin, terimakasih selama ini atas tumpangan kost, persambatan, jalan-jalan, makan-makan, canda tawa, yang membuat saya bahagia dan semangat.
5. Sahabat kecil saya, Lindha yang selalu membantu serta memberikan semangat untuk saya setiap waktu. Terimakasih telah menjadi temanku selama ini.
6. Untuk sahabat-sahabat baik saya di rumah, Tia, Diana, Deshinta, Afdha yang telah menemanihari-hari saya dengan penuh canda tawa dan keluh kesah. Maaf jika atas kesalahan yang pernah melukai perasaan kalian. Terimakasih untuk segala dukungannya.
7. Teman-teman KKN Reguler 75 (posko 77) yang telah memberikan semangat dan

banyak pengalaman selama 45 hari.

8. Untuk Mas Arif dan Agustin, sosok yang baik membantu saya menyusun skripsi ini. Terimakasih atas ocehan, motivasi, semangat serta semua bantuanmu.
9. Teman-teman online, Farhan, Kak Anyul yang amat baik hati menemani hidup saya yang kadang sepi terimakasih atas doa dan semangat jarak jauhnya.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan berjasa dalam penyelesaian skripsi ini.
11. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

Terima kasih semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukurkehadirat Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amiin.

Semarang, Desember 2022

Penulis

MOTTO

“Hidup itu sulit, dan banyak hal tidak selalu berjalan dengan baik, tetapi kita harus berani dan melanjutkan hidup”

(Suga, BTS)

“It’s not always easy, but that’s life. Be strong because there are better days ahead. Lets be grateful for what we have”

(Mark Lee, NCT)

“So remember me, I will remember you. And be grateful to Me and do not deny Me”

(Q.S Al-Baqarah:152)

“Apa yang melewatkanmu tidak pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khatab)

“The most important thing isn’t how fast you walk, but how you walk until the finish line. Don’t stop even if you walk slowly”

(Park Sungjin)

ABSTRAK

Untuk mensukseskan pemilu 2024 dibutuhkan partisipasi dari masyarakat sebagai bentuk dukungan dan kesuksesan jalannya pemilu 2024. Literasi Pendidikan poliik diperlukan sebagai bentuk kepedulian masyarakat pada pemilu 2024. KPU Kota Semarang sebagai lembaga yang memberikan informasi publik selalu mengupayakan memberi literasi politik melalui media sosialnya. Literasi diperlukan untuk mengikuti perkembangan teknologi dan menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bentuk literasi pendidikan politik, serta isu dan wacana apa yang diberikan KPU Kota Semarang untuk sasarnya.

Melalui metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Netnografi, yaitu memahami media sosial sebagai bentuk literasi. Melalui data primer dan sekunder sebagai pendukung data yang meliputi hasil wawancara dan olahan data dari KPU Kota Semarang berkaitan dengan tema yang penulis kaji. Data dikumpulkan dengan cara menganalisis media sosial KPU Kota Semarang dan melakukan pengamatan (observasi).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa KPU Kota Semarang dalam melakukan Pendidikan politik menjelang pemilu 2024 dengan berbagai bentuk media yang digunakan, yaitu: 1. *Youtube* (KPU Kota Semarang) dengan konten khusus “BibirAyu” dan “Lumpia” sebagai konten literasi. 2. *Instagram* (@kpukotasemarang) dengan bentuk konten yang bervariasi mulai dari video, infografis dan poster. 3. *Website* (KPU Kota Semarang) dengan bentuk literasinya melalui isu dan wacana teks. 4. *Facebook* (KPU Kota Semarang) bentuk literasi berupa video dan poster. 5. *Twitter* (@kpukotasemarang) bentuk literasi berupa link berita acara. Media sosial bisa mempengaruhi perilaku pengguna internet melalui suatu konten yang memiliki literasi tersembunyi yang mudah dipahami oleh masyarakat dan kaum milenial tersebut yang membuat KPU Kota Semarang mempunyai peran dalam mengambil langkah awal melalui suatu *platform* media sosial.

Kata kunci: Literasi, Pemilu 2024, Media Sosial, KPU.

DAFTAR ISI

Cover.....	
NOTA PEMBIMBING.....	i
SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Tinjauan Pustaka	8
E. Metodologi Penelitian	12
1) Jenis Penelitian.....	12
2) Objek Penelitian	13
3) Sumber dan Jenis Data	13
F. Definisi Konseptual.....	14
1) New Media.....	14
2) Pendidikan & Literasi.....	15

G. Teknik Pengumpulan Data.....	15
1) Wawancara.....	15
2) Observasi	17
3) Dokumentasi	17
4) Teknik Analisis Data	17
H. Sistematika Penulisan	19
BAB II TEORI POLITIK DAN LITERASI.....	21
A. Politik.....	21
1. Konsep Politik	21
B. Literasi	25
1. Konsep Literasi.....	25
a. New Media	29
BAB III LANDSCAPE KOTA SEMARANG DAN KPU KOTA SEMARANG	32
A. Gambaran Umum Kota Semarang.....	32
1. Kondisi Demografi	32
B. Profil KPU Kota Semarang	36
1. Visi Misi KPU Kota Semarang	36
2. Kedudukan, Tugas, dan Kewajiban KPU	37
3. Struktur Organisasi KPU Kota Semarang.....	41
4. Media Sosial.....	41
BAB IV BENTUK LITERASI PENDIDIKAN POLITIK.....	44
A. Bentuk atau Model Pendidikan Politik KPU Kota Semarang	44
1. Melalui media dalam jaringan (online).....	46
BAB V ISU DAN WACANA LITERASI POLITIK	70
A. Isu dan Wacana Literasi Politik.....	70
1. Isu Terkait Miss-Informasi Berita Bohong (Hoax) dalam Literasi Politik	70
2. Wacana Literasi Politik KPU Kota Semarang	72

3. Sasaran Isu dan Wacana Literasi Politik.....	87
BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	89
Daftar Pustaka.....	90
LAMPIRAN.....	93
A. Instrumen Penelitian	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Letak Geografis Kota Semarang	33
Tabel 2 Jumlah Penduduk Kota Semarang Periode Juni 2020	34
Tabel 3 Jumlah Jiwa berdasarkan Rentan Usia	36
Tabel 4 Jumlah Jiwa berdasarkan Pendidikan	36
Tabel 5 Informan	16
Tabel 6 Pengetahuan Politik Pada Konten Youtube KPU kota Semarang	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pembagian Administratif Wilayah Kota Semarang per Kecamatan	32
Gambar 2 Susunan struktur organisasi KPU Kota Semarang.....	41
Gambar 3 Youtube (kpukotasemarang)	41
Gambar 4 Instagram (@kpukotasemarang).....	42
Gambar 5 Facebook (kpukotasemarang).....	42
Gambar 6 Twitter (@kpukotasemarang).....	43
Gambar 7 Website KPU Kota Semarang	43
Gambar 8 Dailysocial.....	57
Gambar 9 Postingan Facebook kpukotasemarang	58
Gambar 10 Postingan Twitter @kpukotasemarang	60
Gambar 11 Postingan Website KPU Kota Semarang	62
Gambar 12 Alur Content Plan	65
Gambar 13 Website KPU Kota Semarang	71
Gambar 14 Website KPU Kota Semarang	72
Gambar 15 Bukti Media Sosial Youtube KPU Kota Semarang	74
Gambar 16 Laman Media Sosial Instagram KPU Kota Semarang.	77
Gambar 17 Laman Media Sosial Twitter KPU Kota Semarang	80
Gambar 18 Laman Media Sosial Facebook KPU Kota Semarang	81
Gambar 19 Laman Media Sosial Website KPU Kota Semarang.....	82
Gambar 20 Laman Media Sosial Website KPU Kota Semarang.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi	93
------------------------------	----

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan juga informasi yang semakin pesat saat ini tengah dirasakan oleh masyarakat Indonesia hal ini menyebar secara cepat dan menyeluruh pada beberapa aspek baik itu aspek kehidupan, hal ini termasuk dengan kehidupan sosial dan politik. Salah satu hal yang berjalan seiringan dengan perkembangan teknologi dan informasi yaitu semakin banyaknya media sosial yang dapat diakses oleh masyarakat luar termasuk para mahasiswa yang memiliki peran sebagai inheren dari kehidupan social politik di Indonesia. Oleh sebab itu penggunaan dan juga pemanfaatan dari media sosial ini harus semakin dimaksimalkan dan disesuaikan dengan seharusnya sebagai media untuk berinteraksi dan juga untuk membagikan informasi. Media sosial merupakan pendukung internet yang menawarkan lokasi untuk berkomunikasi dan menyebarkan komunikasi yang diberikan dan diterima oleh pengguna. Media sosial telah menjadi “senjata baru” oleh para pengguna pada bidangnya. Perusahaan saat ini sangat menekankan pada pengelolaan media digital dan membangun interaksi online yang positif dengan klien mereka secara (online). Di Indonesia sendiri pengguna dari media sosial sudah mencapai sebanyak 85% yang terhubung dengan beberapa media sosial yaitu *youtube*, *Instagram*, *facebook* (Ronni, 2019). Semakin berkembangnya media social yang ada saat ini tentu saja memerlukan adanya pendidikan media seperti yang disebutkan oleh David Buchingham (2001) yang menyatakan bahwa pendidikan media memiliki tujuan untuk dapat mengembangkan baik pemahaman kritis maupun partisipasi aktif yang nantinya dapat memungkinkan anak muda yang berperan sebagai konsumen media dapat membuat tafsiran atau pemahaman serta penilaian berdasarkan dengan informasi yang didapatkan, selain itu juga dapat memungkinkan anak muda untuk dapat menjadi produser dari media dengan

caranya sendiri sehingga dapat menjadi partisipan yang berdaya dimasyarakat.

Keberadaan dari adanya media sosial ini tentu saja tidak luput dari penyebaran berita-berita terkini terkhusus dengan berita yang mengangkat mengenai kasus politik. Media sosial yang saat ini banyak digunakan sebagai alat atau media untuk kampanye (Bakhtiar, 2020). Dalam dunia politik, kemajuan teknologi yang pesat ini melahirkan anak muda yang dalam pemilihan umum nantinya untuk berpartisipasi. Mereka diberi kebebasan dalam menyampaikan ide-ide pandangnya secara bebas dengan cukup melalui akun media sosial secara digital. Jadi tidak perlu lagi menggerakkan fisik untuk mengerahkan energi partisipasi. Bukan hanya partisipasi yang dapat dilakukan menggunakan media sosial tetapi proses kampanye juga dapat dilakukan untuk mendapatkan kemenangan para aktor politik atau partai politik. Penyalahgunaan media sosial oleh beberapa pihak membuat isu keterlibatan politik semakin rumit. Konten negatif muncul di media sosial selama musim pemilu, yang dapat mengakibatkan lingkungan politik yang tidak menguntungkan dan menghambat penyebaran norma-norma demokrasi. Munculnya demokrasi politik secara digital melalui media sosial tidak luput dari adanya dampak penggunaan bermedia sosial. Salah satu yang sering dijumpai adalah penyebaran *hoax* atau sesuatu informasi yang tidak nyata, dan juga munculnya isu-isu sara (Andriadi, 2017, hal. 3). Sebenarnya, tidak semua pengguna media sosial memiliki kemampuan literasi digital yang diperlukan untuk secara efektif memerangi konten berbahaya yang sudah ada.

Semakin banyaknya kesalahpahaman yang ditimbulkan oleh media sosial mengenai politik terkhusus pada kegiatan pemilu. Pemilu atau yang lebih dikenal dengan Pemilihan Umum merupakan suatu proses dimana masyarakat Indonesia memilih orang-orang yang nantinya akan menduduki kursi pemerintahan. Pemilu sendiri diadakan sebagai salah satu perwujudan

negara yang menganut system demokrasi dan juga sebagai penerapan nyata dari proses pelaksanaan demokrasi itu sendiri. Sarbaini (2015) menyaran bahwa pemilu merupakan arena pertarungan untuk mengisi jawaban politik di pemerintahan yang dilakukan oleh warga negara bersyarat sesuai dengan ketentuan. Kegiatan pemilu akan dilaksanakan oleh bangsa Indonesia pada tahun 2024 mendatang. Untuk menghindari penyebaran berita berita hoax hingga untuk menghindari adanya masyarakat yang buta akan pemilu, maka dibutuhkanya kegiatan pendidikan literasi mengenai politik. Pendidikan literasi politik seperti yang dikatakan oleh Danver dan Hands Literasi Politik merupakan suatu pengetahuan dan juga pemahaman mengenai proses politik dan isu isu politik. Suatu pengetahuan dna pemahamann yang memungkinkan setiap warga negara dapat secara efektif dalam melaksanakan perannya atau dengan kata lain dapat berpartisipasi sebagai warga negara yang baik. Hal ini dimaksudkan untuk menilai sejauh mana seorang individu yang berperan sebagai warga negara dapat memberikan perhatian dan juga memahami isu isu politik yang ada. Hal serupa dikatakan oleh Bernard Crick yang dikutip adai Gun Gun Heryanto (2019) yang mengutarakan definisi dari literasi politik sebagai suatu pemahaman peraktis mengenai konsep konsep yang diambil dari kehidupan sehari hari dan juga Bahasa yang digunakan. Literasi politik yang juga merupakan salah satu dari upaya yang dilaksanakan untuk mencegah hal hal yang tidak diinginkan, dimana agar pengetahuan politik yang tidak pantas tidak didapatkan oleh masyarakat atau tidak beredar dengan bebas. Pendidikan literasi poliitik akan lebih spesifik dalam membahas terkait dengan pemilu saja.

Pengembangan literasi politik yang baik menjadi penting keberadaanya dalam konteks pembangunan kualitas hidup dan secara demoktratis dalam berbangsa dan juga bernegara. Pengembangan dari pendidikan literasi politik

melalui struktur pembentukan dan pengembangan dari sosialisasi dan edukasi yang dinilai memadai dalam konteks social politik ini maka warga negara secara literal dan komprehensi akan memahaminya sebagai warga negara yang sadar dengan hak dan juga kewajibannya. menyadari perlunya literasi politik, yang biasanya dilakukan sebagian besar sebelum pemilu, serta mampu menginformasikan dan berguna dalam mendukung peran dan partisipasi politik masyarakat, khususnya generasi muda, serta dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi, yang dalam hal ini adalah media sosial. Hal ini tentu saja amat sangat perlu untuk dilakukan, dimana pendidikan mengenai literasi politik perlu untuk diberikan kepada bukan hanya generasi muda saja namun juga kepada generasi tua. Dengan penggunaan media social sebagai alat penyebaran dari pendidikan literasi politik yang memiliki jangka panjang kedepannya terutama untuk menghadapi Pemilihan Umum (Pemilu) yang akan dilaksanakan ditahun 2024 mendatang.

Saat ini telah banyak lembaga penyelenggara pemilihan umum atau yang lebih dikenal dengan KPU yang menerapkan pendidikan literasi dengan memanfaatkan media social, terkhusus media social *facebook, Instagram, Twitter, Youtube dan Whatsapp Messenger*. Dengan pesentase pengguna yang tinggi seperti tercantup pada Laporan terbaru *We Are Social Hootsuite* per Januari 2021, pengguna aktif media sosial di Indonesia bertambah 6,3% dari tahun sebelumnya. Dari segi usia pengguna media sosial memperlihatkan bahwa masyarakat dengan rentan usia 25-34 tahun atau dapat dikatakan sebagai generasi millenial mendominasi. Setelah itu kelompok Gen Z dengan usia 18-24 tahun (*We are Social,2021*). Sementara itu, konten media sosial yang sering digunakan menurut *We Are Social dan Hootsuite* jumlah persentase pengguna berbagai media sosial populer di Indonesia sebagai pengguna *youtube* mencapai 93,8%. *Youtube* sebagai *platform* media sosial yang paling aktif

digunakan diatas instagram 86,6% dan *facebook* 85,5%. Dalam dunia politik hal ini didukung dengan, kemajuan teknologi yang pesat ini melahirkan anak muda yang dalam pemilihan umum nantinya untuk berpartisipasi. Mereka diberi kebebasan dalam menyampaikan ide-ide pandangannya secara bebas dengan cukup melalui akun media sosial secara digital. Jadi tidak perlu lagi menggerakkan fisik untuk mengerahkan energi partisipasi. Bukan hanya partisipasi yang dapat dilakukan menggunakan media sosial tetapi proses kampanye juga dapat dilakukan untuk mendapatkan kemenangan para aktor politik atau partai politik. Maka hal ini tidak menutup adanya kemungkinan untuk tersebarkany berita berita yang tidak benar (*hoax*) dikalangan masyarakat luas

Menyadari hal ini, KPU Kota Semarang diharuskan untuk mengambil tindakan yakni dengan perlunya literasi politik yang biasanya dilakukan sebagian besar sebelum pemilu, serta mampu menginformasikan dan berguna dalam mendukung peran dan partisipasi politik masyarakat, khususnya generasi muda, serta dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi, yang dalam hal ini adalah media sosial. Penelitian ini didasarkan pada fenomena yang dihasilkan dari proses literasi politik, dimana selama penerapan literasi politik oleh KPU Kota Semarang, banyak sekali informasi kepemilikan yang diposting di media sosial. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya postingan di platform media sosial KPU Kota Semarang yang mencakup berbagai jenis deskripsi sumber daya literasi politik, dalam hal ini berupa foto atau desain grafis, serta video. Percakapan atau diskusi mengenai kepemilikan dipicu oleh postingan atau konten lain yang muncul. Pada penelitian ini, media sosial KPU Kota Semarang dipilih sebagai objek yang di fokuskan. Terdapat beberapa hal yang mendorong peneliti memilih untuk membahas media sosial milik KPU Kota Semarang melalui kajian atau informasi literasi politiknya. Hal tersebut

didasari atas perbandingan dari followers dengan views di media sosial tersebut.

Beberapa hal yang menjadi pertimbangan penelitian ini diantaranya, jumlah views di berbagai konten atau postingan mengenai literasi tidak seimbang. Seperti contoh konten literasi di platform youtube (kpukotasemarang), bahwa ada lebih 800 subscriber di dalam akun tersebut, tetapi pada konten-kontennya hanya dapat menarik puluhan views saja dari subscribarnya dan tanpa ada komentar timbal balik. Hal ini menandakan bahwa generasi muda masih bersifat pasif. Masih ada banyak partisipasi dari kaum muda yang belum berani mengungkapkan pandangan politiknya. karena keterlibatan mereka dalam politik secara pasif, yang karena berbagai alasan membuat mereka semakin enggan untuk menyuarakan ide-ide mereka. Namun, meski menyadari masalah dengan pemerintah, para informan lebih memilih untuk tetap diam ketika perselisihan muncul. Mereka terus mematuhi dan menerima keputusan yang dibuat oleh pemerintah. Konten KPU Kota Semarang harus dikaji lebih lanjut mengingat masalah yang akan diteliti untuk memahami bagaimana bentuk literasi politik dipraktikkan melalui platform media sosial, dan apa isu serta wacana yang digunakan KPU Kota Semarang dalam menghadapi pemilu 2024.

B. Rumusan Masalah

Melalui latar belakang di atas, di simpulkan bahwa rumusan masalah adalah sebagai berikut;

- 1) Bagaimana bentuk literasi politik KPU Kota Semarang melalui media sosial dalam menghadapi pemilu 2024?
- 2) Apa isu dan wacana yang digunakan KPU Kota Semarang dalam menghadapi pemilu 2024?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui bentuk literasi politik KPU Kota Semarang melalui media sosial dalam menghadapi pemilu 2024.
- 2) Untuk mengetahui apa isu dan wacana yang digunakan KPU Kota Semarang dalam menghadapi pemilu 2024.

b. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan melalui penelitian ini adalah:

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai sumber referensi dalam kaitan pengembangan ilmu pengetahuan secara umum terkait Pendidikan Literasi Politik KPU Kota Semarang Melalui Media Sosial dalam Menghadapi Pemilu 2024.

2) Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi acuan pembelajaran untuk bahan telaah awal akademis, praktisi pengamat politik, maupun pihak KPU Kota Semarang khususnya divisi Sosialisasi terkait Pendidikan Literasi Politik KPU Kota Semarang Melalui Media Sosial dalam Menghadapi Pemilu 2024.

3) Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis yang ilmiah mengenai literasi politik, di lingkungan prodi Ilmu

Politik pada khususnya dan citivas akademika UIN Walisongo pada umumnya.

D. Tinjauan Pustaka

Peneliti meninjau melalui penelitian-penelitian yang sebelumnya sudah ada untuk memahami penelaahan yang lebih mendetail seperti yang telah dituliskan dalam latar belakang. Kajian awal atau peninjauan penelitian berkaitan dengan judul yang akan diteliti oleh penulis. Berikut akan dijelaskan mengenai literatur yang digunakan oleh peneliti sebagai data pendukung dalam penelitian ini menggunakan pembagian pemetaan penekanan kajian pada tiga kelompok;

Pertama, Politik digital atau politik virtual; Taufiq Ms (2018) dalam penelitiannya di Surabaya yang berjudul “*Sosialisasi Politik Virtual Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 studi Sosialisasi Politik pada Pemilihan Millennial Melalui Media Sosial Komisi Pemilihan Umum Kota Surabaya*”. Penelitian ini mengkaji mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi isu ini dan bagaimana sosialisasi politik pemilih milenial di media sosial mempengaruhi pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di KPU Kota Surabaya. (Taufiq, 2018).

Penelitian lain dengan judul “*Strategi Sosialisasi Politik Virtual Pasangan Calon pada Pemilihan Umum Raya Badan Eksekutif Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya*” oleh Riky Rakhmadani & Naha Navisa (2020). Penelitian ini membahas tentang bagaimana penerapan media *virtual* pasangan calon yang turut menentukan arah suaranya. Media sosial digunakan sebagai alat strategi para aktor politik guna meningkatkan perolehan suara sat kontestasi atau pemilu raya mahasiswa. Selain itu media sosial juga dinilai sebagai alat yang murah dan mudah untuk meraih kemenangan pemilu raya mahasiswa. Oleh karena itu, para kandidat

berkompetitif untuk membuat berbagai strategi melalui media sosialnya agar bisa mendapatkan suara pemilih (Rakhmadani & Navisa, 2020:24).

Adapun penelitian lain yang berjudul “*Optimalisasi Pendidikan Politik melalui Literasi Digital bagi Penyandang Disabilitas dalam Industri 4.0 di Indonesia*” oleh Syaifurrohman dan Faiz Albar Nasution (2021). Penelitian ini membahas mengenai optimalisasi pendidikan politik melalui literasi digital bagi penyandang disabilitas. Pada pembahasan ini, optimalisasi pendidikan politik sangat mempengaruhi penyandang disabilitas guna meningkatkan pengetahuannya menghadapi revolusi 4.0. Kemudian kebijakan yang sudah ditetapkan harus tetap ada monitoring dan evaluasi pemerintah dalam mengimplementasikan persamaan hak dan kewajiban penyandang disabilitas tersebut (Syaifurrohman & Nasution, 2021:68).

Kedua, Pendidikan politik melalui media sosial; Laily Purnawati (2020) dalam penelitiannya di Tulungagung yang berjudul “*Pendidikan Politik Sebagai Upaya Peningkatan Kesadaran Politik Masyarakat (Studi di Kantor KPU Kabupaten Tulungagung)*”. Pada penelitian ini membahas mengenai upaya peningkatan kesadaran politik masyarakat Tulungagung tentang pendidikan politik. Serta cara penyampaian pendidikan politik yang dapat diterima oleh masyarakat Tulungagung. Cara eksplisit dan implisit di yakini sebagai cara yang paling bisa diandalkan untuk memberikan informasi mengenai kepemiluan yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Tulungagung. Faktor lain seperti ketepatan waktu dan komunikasi juga sangat diperhatikan dalam pemberian informasi kepada masyarakat Tulungagung (Purnawati, 2020:55).

Penelitian lain yang berjudul “*Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan Politik Untuk Mengembangkan Literasi Digital Warga Negara*” oleh Ronni Juwandi, dkk (2019). Dengan mengangkat topik media sosial sebagai sarana

untuk mengembangkan literasi digital, maka dari itu dihasilkan bahwa media sosial dapat berfungsi, sekalipun masih dalam tahap eksplorasi data mengenai kandidat dan para calon yang akan dipilih dalam konstestasi pemilu 2019. Hal ini menunjukkan menunjukkan bahwa kehadiran media sosialberpotensi menarik perhatian generasi muda sebagai warga negara yang mencalonkan dirisebagai presiden pada 2019 (Juwandi, Nurwahid, & Ayu, 2019).

Adapun penelitian lain dengan judul *“Penyuluhan Partisipasi Politik Dan Sosial Media Bagi Pemilih Pemula Pemilukada 2020 Di Sekolah Menengah Atas (SMA) Islam Cikal Harapan 01 Serpong Tangerang Selatan”* oleh Umaimah Wahid, dkk (2020).Penelitian ini membahas tentang bagaimana penyuluhan pendidikan politik dilakukan di SMA Islam Cikal Harapan 01 Serpong Tangerang Selatan. Faktanya literasi media sosial tentang penyuluhan demokrasi, politik, serta pemilu harus diterapkan sesering mungkin dan harus dilakukan oleh banyak partai politik terutama KPU yang mana itu merupakan lembaga pemerintah penyelenggara pemilu (Aminudin, dkk, 2020:96) .

Penelitian lain yang berjudul *“Pengaruh Pesan Politik di Media Sosial Terhadap Peningkatan Literasi Politik Generasi Milenial”* oleh Bakhtiar Rosadi (2020). Mengangkattopik tentang peningkatan literasi politik generasi milenial. Penyampaian pesan politik menggunakan media sosial mampu mempengaruhi pilihan politik seseorang. Generasi millenial mahasiswa Universitas Pendidikan di Indonesia telah sadar akan literasi digital, yang kemudian itu menjadikan peningkatan literasi politik secara digital sebesar 77,5% (Rosadi B. , 2020) .

Ketiga, pentingnya literasi bagi partisipasi: Ahmad Bukhori (2018) dalam penelitiannya yang berjudul *“Pentingnya Literasi Digital untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Sosialisasi Pembangunan*

Melalui Media Sosial". Penelitian ini menjelaskan bahwa efek dari penggunaan media sosial. Media sosial terbukti bermanfaat bagi masyarakat, mereka tidak lagi sebagai pemirsa atau penerima pasif dari transformasi yang dibentuk oleh revolusi digital. Media digital juga telah memberdayakan masyarakat untuk membantu membentuk secara positif pentingnya media digital dan masyarakatnya (Buchori, 2018).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Putri Limilia dan Ikhsan Fuady (2021) dengan judul "*Literasi Media, Chilling Effect, dan Partisipasi Politik Remaja*". Penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial membutuhkan UU ITE untuk mengatur kegaduhan mediasosial. Namun, ditemukan juga efek samping dari UU ITE yang berupa *chilling effect* yang mana dapat mengancam kebebasan berpendapat. Masyarakat memiliki tingkat literasi media yang tinggi terutama pada kategori konsumsi fungsional, konsumsi signifikan, dan prosumer fungsional. Partisipasi politik meningkat mengikuti peningkatan literasi media dan pengetahuan terkait undang-undang ITE tidak akan ditambahkan pada efek dari partisipasi tersebut. Konsumsi signifikan dan keterampilan prosumer kritis memiliki hubungan yang sangat positif dengan partisipasi politik di media sosial (Limilia & Fuady, 2021).

Kelompok pertama lebih banyak membahas terkait bagaimana penerapan literasi atau sosialisasi pendidikan politik melalui media sosial. Kelompok kedua lebih membahas pada upaya meningkatkan literasi digital. Dan kelompok ketiga lebih banyak membahas pentingnya literasi untuk partisipasi pemilu.

Berdasarkan penelitian diatas, penulis berupaya memperkuat tulisan pada kelompok kesatu dan ketiga, yaitu model literasi dan seberapa pentingnya literasi bagi partisipasi pemilu 2024. Penulis meneliti bagaimana **Pendidikan Literasi Politik KPU Kota Semarang Melalui Media Sosial dalam**

Menghadapi Pemilu 2024. Berdasarkan penelitian di atas, penelitian yang akan penulis lakukan belum pernah dikaji, sehingga ditegaskan bahwa penulis melakukan penelitian terkait media yang digunakan dalam praktik Pendidikan literasi politik, serta bentuk isu dan wacana dibuat.

E. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan strategi umum yang digunakan dalam pengumpulan serta analisis data untuk menjawab persoalan yang sedang diselidiki (Furchan, 2007, hal. 39).

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Dalam studi kualitatif persoalan yang digali dalam kajian peran media sosial dalam pendidikan kebijakan membutuhkan berbagai data lapangan yang relevan dan kontekstual (Sugiyono, 2013). Selain itu, penelitian kualitatif juga mempunyai adaptabilitas tinggi, jadi memungkinkan penulis untuk bisa menyesuaikan diri dengan situasi yang berubah- ubah yang dihadapi dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Netnografi adalah studi yang berfokus memahami media sosial yang didalamnya ada orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan mampu saling memberikan informasi-informasi. Secara teori netnografi sama saja dengan etnografi virtual hanya penyebutannya yang berbeda.

Pendekatan Netnografi merupakan pendekatan untuk menggunakan Etnografi ketika melakukan penelitian pada media di Internet (Kozinets, 2010, hlm. 58). Selanjutnya Kozinets (2010, hlm. 59) berpandangan bahwa ciri khas Netnografi adalah mengganti studi lapangan dengan komunikasi atau sebuah lembaga dengan berbasis komputer khususnya melalui internet. Data dikumpulkan dengan cara menganalisis media

sosial KPU Kota Semarang dan melakukan pengamatan partisipatif. Netnografi menjadi pendekatan Etnografi yang populer dengan adanya berbagai komunitas di *Internet* seperti forum, *Mailing list*, *blog* dan *social networking* seperti *Instagram*, *Youtube*.

Dengan menggunakan metode serta pendekatan yang telah dipaparkan oleh penulis, diharapkan dapat memberikan gambaran pendidikan literasi Politik KPU Kota Semarang Melalui Media Sosial dalam Menghadapi Pemilu 2024.

2) Objek Penelitian

Objek penelitian tugas akhir ini yakni media sosial Komisi Pemilihan Umum Kota Semarang. Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah organisasi permanen dan independen yang menyelenggarakan pemilihan umum di tingkat nasional. Dalam melaksanakan tanggung jawab dan menjalankan kewenangannya, KPU bersifat independen dari semua pihak, termasuk partai politik, dan wilayah operasionalnya meliputi seluruh Negara Kesatuan Republik Indonesia. KPU berkantor pusat di ibu kota negara, serta ibu kota masing-masing provinsi dan kota yang membentuk organisasi (Komisi Pemilihan Umum Kota Semarang, 2020). Objek penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu Komisi Pemilihan Umum Kota yaitu Kota Semarang yang akan menjadi basis atau tempat dalam pengambilan sampel maupun data untuk mendapatkan hasil penelitian.

3) Sumber dan Jenis Data

Untuk mengatasi masalah ini, penelitian ini membutuhkan sumber data, dan untuk melakukannya, data primer dan data sekunder dikumpulkan;

a) Data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang telah diakses langsung dari sumber aslinya, melewati media perantara apa pun. Pendapat subjek individu atau kolektif, pengamatan subjek (fisik), peristiwa atau tindakan, atau hasil tes semuanya dapat dianggap sebagai data primer. (Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian, 2015, hal. 61). Dalam hal ini data primer merupakan data yang didapat melalui para informan dengan melakukan wawancara. Wawancara dilakukan secara langsung di KPU kota Semarang kepada pihak-pihak terkait dalam penulisan skripsi ini.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis informasi penelitian yang diperoleh peneliti melalui tengkulak (diperoleh dan dicatat oleh pihak ketiga). Biasanya, data sekunder disajikan sebagai bukti, catatan sejarah, atau laporan yang dikumpulkan dari arsip publik dan tidak dipublikasikan. (data dokumen) (Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian, 2015, hal. 62). Jadi, Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan oleh penulis dari sumber primer seperti buku, makalah, jurnal, dan dokumen yang relevan dengan topik penelitian..

F. Definisi Konseptual

Batas masalah yang berfungsi sebagai pedoman untuk menyusun penelitian dikenal sebagai definisi konseptual. Dalam menyusun proposal deskripsi, definisi konseptual dapat digunakan untuk menentukan apa yang dimaksud berdasarkan ide-ide yang disebutkan di atas yaitu:

1) *New Media*

Media sosial, menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein,

adalah kumpulan program berbasis web berdasarkan prinsip dan alat Web 2.0 yang memfasilitasi produksi dan berbagi konten buatan pengguna..

2) Pendidikan & Literasi

Pendidikan adalah proses memperoleh pengetahuan melalui menerima atau memberikan instruksi metodis. Pembentukan politik, atau *Bildung*, adalah istilah lain untuk pendidikan politik. (Sutrisman, 2019). Kemudian, literasi pada dasarnya merupakan kemampuan seseorang untuk membaca dan menulis. Literasi politik digital secara umum didefinisikan sebagai penggunaan media digital, alat komunikasi, atau jaringan untuk mencari, menganalisis, menggunakan, dan menghasilkan informasi secara sehat, bijaksana, dan hati-hati.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pada penyusunan proposal skripsi ini, sumber dan jenis data yang akurat diperoleh penulis melalui;

1) Wawancara

Pengambilan data pada penelitian ini melalui wawancara yang akan dilakukan dengan pihak-pihak terkait anggota KPU kota Semarang. Wawancara dilakukan dengan jenis terstruktur, yaitu peneliti dapat melakukan proses tanya jawab secara langsung yang sebelumnya sudah mempersiapkan berbagai pertanyaan yang akan di tanyakan untuk mempermudah proses wawancara berlangsung. Berikut informan dalam penyusunan skripsi ini:

Tabel 1 Informan

No	Nama Informan	Keterangan	Tipe Informan
1.	Novi Maria Ulfah	Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM	Informan utama yang dijadikan sebagai sumber data atau informasi primer dalam memberikan gambaran teknis terkait masalah penelitian.
2.	Tobirin, S.Pd	Subagian Teknik Penyelenggaraan Pemilu, Partisipasi dan Hubungan Masyarakat	Informan kunci, informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti.
3.	Wardaningsih, S.Ikom	Subagian Perencanaan Data dan Informasi	Informan tambahan yang dijadikan sebagai sumber data sekunder dalam memberikan gambaran pendukung dari data utama.
4.	Vivin	Mahasiswi magang di KPU divisi prodats	Informan tambahan sebagai pendukung data

		jurusan Ilmu Politik	
5.	Julia	Pelajar SMK magang di KPU	Informan tambahan sebagai pendukung data
6.	Lindha	Mahasiswa	Informan tambahan
7.	Nastiti Ambarwulan	Masyarakat	Informan tambahan

Sumber: diolah oleh penulis

2) Observasi

Pengamatan sistematis dan pencatatan gejala yang ada pada subjek penelitian dikenal sebagai observasi. Metode pengumpulan data yang disebut observasi menggunakan observasi langsung atau tidak langsung terhadap subjek penyelidikan. (Tanzah, 2009, hal. 58). Peneliti melakukan secara langsung untuk memperkuat hasil temuan, seperti pengamatan bentuk literasi pendidikan yang dilakukan oleh KPU kota Semarang. Observasi dilakukan di KPU kota Semarang.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan informasi dari catatan tertulis, seperti buku, arsip, atau pernyataan yang terkait dengan penyelidikan. (Hasan, 2002, hal. 181). Dokumen ini nantinya akan digunakan sebagai data pelengkap dari data-data sebelumnya. Bentuk dokumen seperti tulisan, gambar yang diperoleh dari hasil observasi di KPU kota Semarang.

4) Teknik Analisis Data

Teknis analisis data pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana pada metode ini dilakukan dengan menganalisis secara mendalam melalui data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dengan pihak-pihak KPU kota Semarang, dokumentasi dan beberapa data

yang diperoleh selama pengamatan. Kemudian dari data-data yang telah diperoleh akan dianalisis guna mempermudah orang lain saat membaca. Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknis analisa data dengan model Milles dan Huberman, yang dibagi menjadi tiga tahapan (Huberman, 1992, hal. 16), yaitu;

a. Reduksi Data

Mendefinisikan reduksi data sebagai proses selektif yang berkonsentrasi pada perampangan, abstraksi, dan transformasi data tidak terstruktur dari catatan lapangan. Proses mengasah, mengkategorikan, mengarahkan, membuang yang asing, dan mengatur data sehingga kesimpulan akhirnya dapat dicapai dan divalidasi dikenal sebagai reduksi data.

b. Penyajian Data

Menurut Miles & Huberman, presentasi adalah kumpulan fakta terstruktur dari mana kesimpulan dapat dibuat dan keputusan dapat dibuat. Mereka berpendapat bahwa analisis kualitatif yang efektif menggunakan berbagai matriks, grafik, jaringan, dan grafik tergantung pada peningkatan presentasi. Hal ini memungkinkan analis untuk menilai masalah saat berdiri dan memutuskan apakah akan menarik kesimpulan yang sesuai atau bergerak maju dengan analisis yang sesuai dengan panduan, mungkin bermanfaat untuk proposal dalam presentasi.

c. Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan Miles & Huberman hanyalah bagian dari aktivitas dari konfigurasi lengkap. Kesimpulan juga ditinjau serta di verifikasi selama penelitian. Kesimpulan akhir perlu divalidasi untuk pertimbangan praktis, tidak hanya selama proses pengumpulan data.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini untuk memudahkan dalam memahami skripsi serta untuk memberikan gambaran secara menyeluruh secara garis besar. Skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yang mencakup 6 bab, yaitu:

- 1) Bagian awal skripsi mencakup halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, kata pengantar, persembahan, motto, abstrak, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel dan daftar lampiran.
- 2) Bagian utama skripsi mencakup 6 (enam) bab, yaitu:

Bagian utama terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut;

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TEORI POLITIK DAN LITERASI

Landasan teori yang berisi tentang pembahasan Pendidikan politik melalui literasi dan *new media*.

BAB III LANDSCAPE KOTA SEMARANG DAN KPU KOTA SEMARANG

Bab ini meliputi;

- 1) Berisi tentang gambaran umum Kota Semarang beserta kondisi demografi
- 2) Berisi tentang data profil KPU Kota Semarang mulai dari visi, misi, kedudukan, tugas, kewajiban, struktur organisasi.
- 3) Berisi tentang data media sosial KPU Kota Semarang.

BAB IV BENTUK LITERASI PENDIDIKAN POLITIK KPU KOTA SEMARANG

Bab ini terdiri dari gambaran hasil penelitian dan analisa secara kualitatif. Agar tersusun dengan baik diklasifikasikan sebagai berikut;

A. Bentuk Pendidikan Politik

BAB V ISU DAN WACANA

Bab ini juga berisi mengenai hasil analisa mengenai isu dan wacana literasi politik KPU Kota Semarang

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan.

3) Bagian akhir skripsi mencakup daftar pustaka dan lampiran.

Daftar pustaka berisi tentang sumber-sumber rujukan penulis atau referensi yang telah digunakan sebagai penyusunan proposal penelitian. Daftar pustaka disusun hanya untuk memuat sumbe-sumber yang dirujuk.

Lampiran meliputi berbagai informasi yang telah diperoleh dalam penelitian yang penting serta mendukung laporan hasil penelitian ini, namun tidak dapat disajikan pada bagian depan atau utama dari penelitian. Lampiran data penelitian ini berisi; gambar lokasi, surat-surat, dokumentasi aktivitas yang relevan dengan penelitian.

BAB II TEORI POLITIK DAN LITERASI

A. Politik

1. Konsep Politik

Ramlan Surbakti dalam bukunya “memahami ilmu politik” mendefinisikan politik sebuah proses praktik atau kegiatan, kebijakan yang terlibat dalam mengatur negara, komunitas, atau kelompok lain. Dan Nimmo (2011) mendefinisikan politik sebagai aktivitas kolektif orang-orang yang mengendalikan perilaku mereka dalam situasi yang diperdebatkan secara sosial. Mark Roelofs, seorang ilmuwan politik, berpendapat dengan lugas bahwa politik adalah pidato atau, lebih tepatnya, tindakan politik (politisasi) pidato. (Nimmo, 2011, hal. 8).

Harold Lasswell (1958) Dengan menggunakan paradigma komunikasi yang terkenal, politik dipandang sebagai penentu siapa yang mendapatkan apa, kapan, dan bagaimana. (Subianto & Ida, 2015,hal. 17).

a. Politik Digital

Digital atau yang sering dikenal dengan istilah dunia maya merupakan semacam lingkungan dan aktivitas berbasis media (komputer) di dalam jaringan, dan digital menggambarkan suatu teknologi informasi dan komunikasi.

Wasisto Raharjo Jati mendefinisikan politik digital sebagai ruang berbasis teknologi untuk pembentukan ikatan politik dalam masyarakat. Dengan sifatnya memperkuat atau menurunkan tingkat demokrasi. Secara harfilah bisa dikatakan sebagai arena besar di mana masyarakat dapat berpartisipasi, mewakili, mengekspresikan minatnya, kemudian berinteraksi secara sinergi serta berkontestasi menggunakan konten digital sebagai agen. Membangun ikatan politik dalam masyarakat menggunakan ruang teknologi ini dapat didefinisikan sebagai politik digital (Rosadi, Darmawan, & Anggraeni, 2020).

Politik digital kemudian menjadi sebuah alternatif baru yang mendorong perubahan serta menantang dinamika politik, dimana perubahan pola komunikasi secara langsung yang mulai bergeser menjadi komunikasi berbasis digital seperti

media sosial telah merubah kehidupan bermasyarakat termasuk dalam hal komunikasi politik (Salim, 2020). Salim kemudian menjelaskan bahwa penggunaan politik digital telah memberikan alternatif baru sebagai kanal aspirasi sosial dan politik masyarakat.

Dari definisi diatas, politik dan digital dapat digabungkan bahwa politik digital merupakan bentuk dari semua aktivitas politik seperti mobilitas politik, informasi kepemiluan, strategi kampanye, polarisasi opini publik, hingga saluran tata kelola lembaga politik yang semua itu dilakukan menggunakan jaringan (internet) sebagai media.

b. Pendidikan Politik

Pendidikan merupakan perolehan pengetahuan dengan menerima atau memberikan instruksi yang sistematis. Pendidikan adalah hak asasi manusia dan merupakan salahsatu faktor terpenting bagi kemajuan suatu masyarakat. Pendidikan sendiri sering mengacupada pendidikan formal, dilakukan di bawah bimbingan guru atau instruktur pada lingkungan terstruktur melalui sekolah, universitas, maupun lembaga.

Pendidikan politik disebut juga sebagai *political forming* atau *Bildung*. Disebut "*forming*" lantaran terkandung intensi untuk membentuk insan politik yang menyadari status atau kedudukan politiknya di tengah masyarakat. Serta disebut "*Bindung*" (pembentuk atau pendidikan diri sendiri), istilah tersebut menyangkut kegiatan seperti menciptakan diri, dengan kesadaran penuh dan tanggung jawab sendiri untuk menjadi insan politik (Sutrisman, 2019).

(Ruslan, 2000) mengartikan pendidikan politik sebagai upaya yang didedikasikan untuk lembaga formal dan informal, mengembangkan serta membentuk kepribadian politiksesuai dengan budaya politik mereka yang bekerja di lembaga tersebut. Membentuk serta menumbuhkan kesadaran politik dengan segala tingkahnya, di semua tingkatan di mana warga negara dapat mengembangkan kesadarannya, membentuk serta menumbuhkan kemampuan untuk berpartisipasi

secara aktif dalam politik, dengan bentuk partisipasi yang tetap mengarah pada perubahan yang lebih baik.

Djiwandono menyatakan proses membangun budaya politik suatu bangsa, yang meliputi prinsip-prinsip politik, standar praktis, dan sistem organisasi politik yang didirikan berdasarkan nilai-nilai Pancasila, dikenal dengan istilah pendidikan politik. (Sutrisman, 2019).

Pendidikan politik saat ini memiliki tujuan penting untuk keterlibatan politik warga negara (*politicshe beteiligung*), keengganan terhadap konflik dan keprihatinan publik, dan keterlibatan dalam penciptaan kebijakan publik. Oleh karena itu, untuk memilih jalannya konflik politik dalam berbagai perselisihan yang disebabkan oleh perbedaan kepentingan, sangat penting untuk memiliki keberanian untuk memilih posisi seseorang dalam pendidikan politik. (Kartono, 1996, hal. 86).

Pendidikan politik adalah proses belajar tentang sistem politik, struktur pemerintahan, hak asasi manusia, dan norma-norma yang mengatur kehidupan bermasyarakat. Tujuannya adalah untuk membantu individu untuk memahami dan mengambil bagian dalam proses politik, dan untuk meningkatkan pemahaman, dan kapasitas untuk, partisipasi sosial. Pendidikan politik dapat diperoleh melalui berbagai cara, termasuk melalui sekolah, kursus, atau program belajar mandiri. Pendidikan politik dapat membantu individu untuk memahami hak dan tanggung jawab mereka sebagai warga negara, serta untuk membangun kemampuan untuk membuat keputusan yang bijaksana dalam pemilihan dan pengambilan keputusan politik.

Pendidikan politik membantu menyampaikan dasar-dasar dan motivasi bangsa Indonesia, nilai-nilai dan norma-norma, dan sebagai dasar nilai-nilai guna memajukan serta mengembangkan diri untuk berpartisipasi dalam kehidupan berbangsa serta bernegara. Semua warga negara akan membutuhkan keahlian politik yang luas di masa depan untuk mengatasi kesulitan dan konflik yang muncul dalam lingkungan sosial yang semakin rumit. Bangsa Indonesia dituntut untuk siap menghadapi ancaman dari beragam falsafah politik yang bertentangan dengan

prinsip-prinsip dasar negara, khususnya Pancasila dan UUD 1945, sejak dini hingga pendidikan politik.

Jadi, secara umum pendidikan politik ingin mewujudkan paradigma bahwa politik bukan hanya santapan dari para pemimpin atau aktor-aktor politik saja, namun politik merupakan santapan seluruh warga negara sehingga dengan adanya pendidikan politik setiap warga negara dapat melakukan kegiatannya secara sadar sesuai dengan nilai-nilai atau azas yang sudah terdapat pada negara.

Namun, dalam hal politik generasi milenial diketahui lebih cenderung untuk tidak mau terlibat atau enggan berpartisipasi. Tarsidi, menyampaikan bahwa keengganan generasi milenial terhadap politik dikarenakan politik yang sering dilihat oleh generasi ini merupakan politik kegaduhan yang menjatuhkan satu sama lain sehingga membawa kesan tidak teratur atau dapat disebut *hectic* bagi mereka. Dikarenakan hal tersebut, penting bagi generasi ini untuk mendapatkan pendidikan politik untuk meningkatkan kesadaran politik mereka agar tidak hanya ikut-ikutan dalam hal berpolitik atau menentukan pilihan mereka dimasa mendatang.

Kesadaran politik generasi milenial sendiri dapat dibagi menjadi 3 golongan, yaitu milenial dengan literasi politik oral, milenial dengan literasi politik tulisan dan milenial dengan literasi oral dan tulisan (Most Active Social Media Platform, 2021). Milenial dengan literasi politik oral merupakan golongan generasi milenial yang dapat membicarakan persoalan politik baik dalam forum formal maupun informal. Golongan kedua yaitu golongan milenial dengan literasi politik tulisan, adalah golongan generasi milenial yang merasa lebih nyaman untuk berpartisipasi aktif dalam mengomentari ataupun membuat tulisan mengenai politik di internet. Meskipun begitu, golongan ini cenderung menghindari pembicaraan mengenai politik secara langsung di dunia nyata. Golongan ketiga merupakan golongan generasi milenial yang merupakan gabungan dari dua golongan sebelumnya. Golongan ini memiliki pemahaman politik serta minat yang lebih tinggi dari golongan lainnya. Golongan inilah yang dapat menjadi agen politik pada masa yang akan datang.

B. Literasi

1. Konsep Literasi

Literasi pada dasarnya merupakan kemampuan individu untuk membaca, menulis, dan berpikir secara kritis serta menggunakan informasi yang tersedia untuk memahami dunia di sekitarnya. Literasi merupakan keterampilan yang penting bagi setiap individu untuk memperoleh pengetahuan, membuat keputusan yang tepat, dan mengembangkan diri. Literasi juga merupakan keterampilan yang diperlukan untuk mengikuti perkembangan teknologi dan menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. Literasi dapat diperoleh melalui pendidikan formal, program belajar mandiri, atau melalui pengalaman langsung dalam kehidupan sehari-hari. Di era yang serba digital ini, istilah literasi mencakup suatu kemampuan untuk menggunakan bahasa, gambar, angka, komputer serta sarana fundamental yang lain guna memahami, berkomunikasi, serta memperoleh pengetahuan baru.

"Kemampuan menggunakan informasi dan komunikasi agar mampu mengakses, menilai, memanfaatkan, membuat, dan menyampaikan konten atau informasi dengan komponen kognitif, etika, sosioemosional, teknis, dan teknologi," menurut UNESCO, itulah yang dimaksud dengan literasi digital.

Istilah literasi digital telah digunakan untuk merujuk pada keterampilan informasi sejak tahun 1990-an. Konsep kompetensi digital telah muncul seiring dengan kemajuan teknologi. Paul Gilster adalah penulis buku *Digital Literacy* untuk mendefinisikan apa yang dimaksud dengan *Digital Literacy*. Memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber yang dapat diakses melalui komputer dikenal dengan istilah literasi digital. (Sulianta, 2020, hal. 6).

Literasi politik digital dicermati menjadi bagian berdasarkan literasi media, serta konsep literasi politik digital tidak sepenuhnya adalah hal baru. Literasi politik digital merupakan komponen penting dalam memperkuat demokrasi. Sikap apatis terhadap berbagai prosedur demokrasi dan dinamika politik badan pemerintahan seringkali disebabkan oleh kurangnya pengetahuan warga negara tentang masalah

politik dan aktivitas politik. Pada kenyataannya, kurangnya literasi politik seringkali terkait langsung dengan perubahan jumlah keterlibatan politik. Literasi politik didefinisikan dalam konteks ini sebagai pemahaman praktis tentang ide-ide yang diambil dari kehidupan dan bahasa biasa dalam upaya untuk memahami masalah politik, ideologi kandidat, dan bagaimana kecenderungan mereka mempengaruhi orang lain dan diri mereka sendiri. Dengan kata lain, literasi politik adalah kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, dan perilaku politik. (Bakri et al. 2012).

Maarif Institute dan Love Frankie telah menciptakan delapan keterampilan yang berkonsentrasi pada pemikiran kritis dan dapat dijadikan indikator bagi pengguna media digital sebagai literasi, sesuai dengan kurikulum Tular Nalar yang ditawarkan Maindo. (Monggilo, Muda, & dkk, 2021, hal. 5). Kompetensi yang dikembangkan oleh model yang berbeda ini meliputi:

- 1) akses,
- 2) manajemen informasi,
- 3) mendesain pesan,
- 4) memproses informasi,
- 5) berbagi pesan,
- 6) pembangunan ketangguhan diri,
- 7) perlindungan data, serta
- 8) kolaborasi

Dalam disertasinya, What Is "Digital Literacy"?, Douglas A.J. (2011:206) mencantumkan delapan komponen berikut sebagai prasyarat untuk mengembangkan literasi digital, yaitu sebagai berikut:

1. *Cultural* (budaya)

Belshaw menjelaskan bahwa elemen Budaya yang menjadi inti dari

literasi digital tidak hanya berarti memahami konteks pengguna dunia digital yang berbeda, tetapi juga bagaimana kita dapat melihat fenomena dunia dari perspektif budaya yang berbeda. Belshaw menganggap elemen budaya ini sebagai elemen kunci penting untuk pengembangan literasi digital. Maka dari itu budaya tersebut tidak hilang serta terus berkembang mengikuti zaman yang ada.

2. *Cognitive* (kognitif)

Tentu saja, komponen kognitif literasi mencakup komponen psikologis juga, tetapi membantu mengontekstualisasikan literasi digital mempromosikan "perluasan pikiran".

3. *Constructive* (Konstruktif)

Bagian Konstruktif dari literasi digital adalah menghasilkan karya baru, termasuk memanfaatkan dan me-remix material dari berbagai sumber untuk menghasilkan karya yang unik.

4. *Communicative* (Komunikatif)

Komponen komunikatif literasi digital adalah tentang memahami fungsi media atau komunikasi dalam jaringan digital, sejalan dengan komponen konstruktif (yang sangat terkait dengan komponen budaya). Tampak jelas bahwa komunikasi harus menjadi komponen dari segala jenis literasi.

5. *Confident* (Kepercayaan Diri)

Belshaw menjelaskan bahwa unsur kepercayaan berasal dari tanggung jawab. Jadi ketika seseorang percaya bahwa mereka sudah melek digital dan sejalan dengan pengetahuan yang dimiliki, itu didasarkan pada tanggung jawab atas apa yang ia lakukan.

6. *Civic* (Bertanggung Jawab terhadap Sosial)

Peran elemen Civic dalam masyarakat merupakan sebuah kemampuan seseorang untuk mengatur diri sendiri dalam lingkup sosial dengan bantuan system digital. Jadi menurut Belshaw unsur Civic melibatkan praktik

literasi yang dihasilkan teknologi.

7. *Creativity* (Kreatifitas)

Literasi digital tidak lepas dari kepemimpinan dengan cara berfikir yang berbeda. Pengetahuan tentang bagaimana teknologi dapat digunakan untuk menyelesaikan hal-hal yang sebelumnya tidak mungkin atau di luar jangkauan rata-rata orang, yang kemudian mengarah pada ide baru atau sebuah kreatifitas.

8. *Critical* (kritis)

Belshaw menguraikan bagaimana komunikasi digital atau literasi berbeda dari komunikasi dunia nyata di bagian penting ini. Elemen-elemen sebelumnya, yang juga terkait erat, terus membahas hal ini.

Dari semua elemen yang telah dikemukakan oleh Douglas A.J. Belshaw dapat disimpulkan bahwa semua elemen saling berkaitan dalam hal literasi digital. Semua elemen tersebut sangat penting untuk literasi digital terutama dalam pembuatan konten. Dalam membuat platform media untuk sebuah konten yang bertujuan untuk membangun sebuah literasi digital perlulah menggunakan dan memperhatikan elemen-elemen tersebut.

Dari beberapa sudut pandang yang dikemukakan di atas, terlihat jelas bahwa literasi politik digital melibatkan penggunaan media digital, alat komunikasi, atau jaringan untuk mencari, menilai, menggunakan, dan menghasilkan pengetahuan secara sehat, bijaksana, dan hati-hati. Untuk konten yang penuh kreativitas, unsur-unsur literasi digital juga penting, yang mengarah pada perolehan literasi digital yang konstruktif. Sangat penting untuk mengingat keterampilan kreativitas yang tepat dan taat hukum ketika memfasilitasi koneksi dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, sangat penting bagi Indonesia untuk mengambil kontrol yang kuat melalui eksekusi penegakan hukum komunikasi, tepatnya berdasarkan

ketentuan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang ITE, agar tidak menimbulkan efek berbahaya dari penggunaan media sosial.

a. New Media

Salah satu media yang digunakan saat ini adalah media baru, kadang-kadang dikenal sebagai media sosial. Kebiasaan komunikasi manusia telah diubah secara signifikan oleh evolusi media sosial yang sedang berlangsung. Health Research Institute mendefinisikan media sosial, “*media is the collection of website web-based systems that allow for mass interaction, conversation, and sharing among members of a network*” (Wiley, 2014, hal. 3).

Media sosial didefinisikan oleh Andreas Kaplan dan Michael Haenlein sebagai kumpulan aplikasi online yang mendukung produksi dan distribusi konten buatan pengguna dan didasarkan pada teknologi Web 2.0. Jejaring sosial, forum online, blog sosial, *blog*, *mikroblog*, wiki, podcast, foto, video, peringkat, dan bookmark sosial adalah semua jenis media sosial yang didasarkan pada Web 2.0. Kaplan dan Haenlein mengategorikan media sosial ke dalam enam kategori: game virtual (*World of Warcraft*), blog dan mikroblog (*Twitter*), komunitas konten (*YouTube*), situs jejaring sosial (*Facebook*, *Instagram*), dan jejaring sosial virtual (*second life*) (Lesmana, Tesis, hal. 10-11).

Media sosial, salah satu bentuk media yang lebih kontemporer, berbeda dari bentuk media yang lebih mapan seperti televisi, radio, dan surat kabar dalam beberapa hal.

1. User-Based

Media sosial, singkatnya, tergantung pada penggunanya. Dengan kata lain, penggunanya bertanggung jawab atas barang-barang yang mereka hasilkan di sana. Akibatnya, setiap orang bebas untuk memproduksi konten dan setelah itu membagikannya dengan orang lain. Setiap pengguna menentukan orientasi konten, yang memberikan jejaring sosial untuk pengguna Internet nuansa yang lebih dinamis.

2. *Interactive*

Kehadiran pola komunikasi interaktif menjadi salah satu ciri khas media sosial.

3. *Community Driven*

Jaringan media sosial dibuat dan dikembangkan melalui gagasan komunitas dengan individu yang memiliki nilai yang sama.

4. *Relationship*

Tidak seperti situs web atau jejaring sebelumnya, jaringan media sosial saat ini saling berhubungan. Semakin banyak hubungan yang dimiliki di jejaring sosial, maka semakin mapan pula hubungan tersebut.

5. *Emotional Over Content*

Faktor emosional merupakan salah satu karakteristik yang unik pada jejaring sosial.

Media sosial sering digunakan dan diandalkan dalam kaitannya dengan politik untuk melayani berbagai kebutuhan kegiatan politik. (Tosepu, 2017, hal. 126).

1. *Reach*

Manfaat ini terkait dengan jangkauan. Artinya melalui media sosial, politisi atau aktor politik memiliki kemudahan menjangkau masyarakat luas dalam waktu yang lebih singkat. Hal ini dikarenakan oleh fakta pertumbuhan pengguna media sosial terus bertambah.

2. *Engagement*

Aktor politik dapat secara aktif terlibat dalam interaksi publik melalui media sosial. Hal ini menandakan bahwa media sosial dapat menciptakan wadah wacana politik.

3. *Share Ideas and Goals*

Sebagai saluran komunikasi politik, model media ini memungkinkan aktor politik untuk berbagi keyakinan, tujuan, serta pencapaian mereka kepada

khalayak.

4. *Behind the Scene*

Media sosial dalam hal ini memungkinkan audiens untuk melihat aktivitas aktor politik yang berada di balik operasi komunikasi politiknya.

5. *Turn Digital Followers Into Vote*

Media sosial digunakan sebagai pembangunan kelompok jaringan sosial yang besar bagi para aktor politik yang dapat mengubah komunitasnya menjadi pendukung.

6. *Analytics*

Media sosial memungkinkan seseorang untuk melacak tingkat interaksi dengan masyarakat umum.

BAB III LANDSCAPE KOTA SEMARANG DAN KPU KOTA SEMARANG

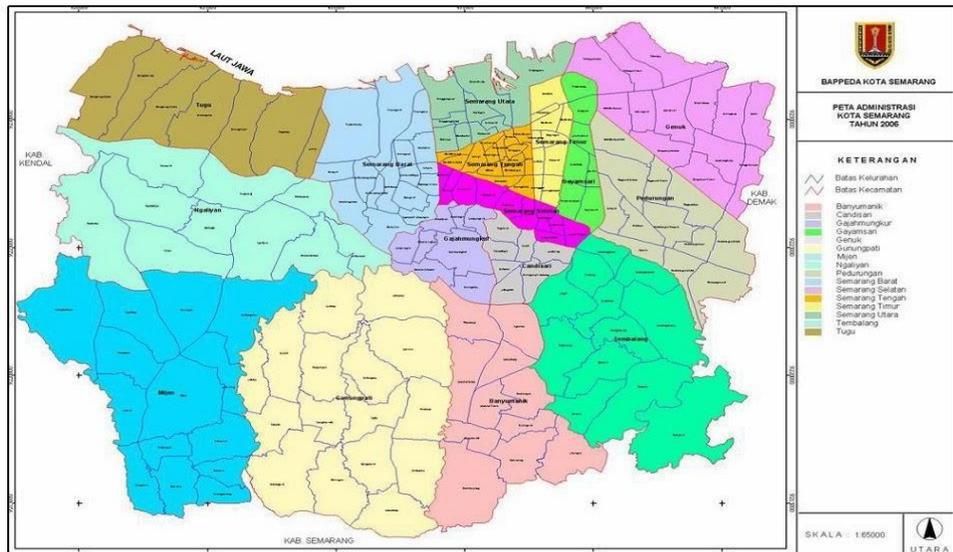
A. Gambaran Umum Kota Semarang

1. Kondisi Demografi

a. Luas dan Batas Wilayah Administrasi

Kategori Kota Metropolitan memasukkan Kota Semarang sebagai ibu kota Jawa Tengah. Dengan luas permukaan 373,70 km², kota Semarang berfungsi sebagai pusat administrasi Jawa Tengah. Lahan sawah membentuk 39,56 km² (10,59%) dari wilayah ini, sedangkan lahan non-sawah membentuk 334,14 km² (89,41%). Dengan garis pantai sepanjang 13,6 km, Kota Semarang langsung dibatasi oleh Laut Jawa di sebelah utara, Kabupaten Demak di sebelah timur, Kabupaten Kendal di sebelah barat, dan Kabupaten Semarang di sebelah selatan. Secara administratif, Kota Semarang terbagi menjadi 16 Kecamatan dan 177 Kelurahan. Menurut statistik ini, dua kabupaten di Kota Semarang dengan luas wilayah terluas adalah Kabupaten Gunungpati yang memiliki luas wilayah 54,11 km², dan Kecamatan Mijen yang memiliki luas 57,55 km². Kedua kabupaten tersebut terdapat di wilayah selatan yang merupakan wilayah perbukitan dengan mayoritas potensi perkebunan dan lahan pertanian. Dua kecamatan terkecil di Semarang adalah Kabupaten Semarang Tengah yang memiliki luas 6,14 Km², dan Kabupaten Semarang Selatan yang memiliki luas 5,93 Km².

Gambar 1 Pembagian Administratif Wilayah Kota Semarang per Kecamatan



Sumber: RPJMD Kota Semarang Tahun 2016-2021

Gambar 1 menampilkan Kabupaten Mijen, Gunungpati, Banyuwangi, Gajah Mungkur, Semarang Selatan, Candisari, Tembalang, Pedurungan, Genuk, Gayamsari, Semarang Timur, Semarang Utara, Semarang Tengah, Semarang Barat, Tugu, dan Ngaliyan adalah 16 kecamatan yang membentuk Kota Semarang.

b. Letak dan Kondisi Geografis

Salah satu kota di pantai utara Pulau Jawa adalah Kota Semarang yang memiliki ketinggian antara 0,75 hingga 348,00 meter di atas permukaan laut. Titik tinggi di Jatingaleh dan Gombel di wilayah Semarang Selatan mewakili daerah perbukitan, yang terletak antara 90,56 dan 348 meter di atas permukaan laut. Gunungpati, Mijen, dan Tugu. Terletak 0,75 meter di atas permukaan laut di dataran rendah.

Tabel 2 Letak Geografis Kota Semarang

Uraian	Letak Bujur – Lintang	Batas Wilayah
Sebelah Utara	6 ⁰ 50 ‘ LS	Laut Jawa
Sebelah Selatan	7 ⁰ 10 ‘ LS	Kab. Semarang
Sebelah Barat	109 ⁰ 50 ‘ BT	Kab. Kendal

Sebelah Timur	110° 35' BT	Kab. Demak
---------------	-------------	------------

Sumber : *semarangkota.bps.go.id*

Kota Semarang dapat ditemukan secara astronomis antara titik 6° 50' - 7° 10' Lintang Selatan dan 109° 35' - 110° 50' Bujur Timur. Kota Semarang berada di jalur lalu lintas komersial Pulau Jawa sebagai akibat dari posisinya. Kota Semarang juga menikmati lokasi strategis di Provinsi Jawa Tengah sebagai koridor pertumbuhan yang mencakup empat simpul masuk: koridor pantai utara, koridor selatan, koridor timur, dan koridor barat. Kehadiran Pelabuhan Tanjung Mas, Bandara Ahmad Yani, Terminal Terboyo, Stasiun Tawang dan Stasiun Kereta Api Poncol, yang mencerminkan peran Kota Semarang sebagai pusat kegiatan pembangunan Provinsi Jawa Tengah dan bagian tengah Pulau Jawa, Indonesia, turut mendukung lokasi Kota Semarang yang strategis.

c. Kependudukan Kota Semarang

Menurut statistik dari Kota Semarang, populasi kota telah tumbuh pada tahun-tahun antara 2020 dan 2021. Ada 1.680.417 pria dan wanita dalam populasi pada tahun 2020. Sedangkan ada 1.687.222 orang yang tinggal di negara ini secara keseluruhan pada tahun 2021. Dengan rincian populasi pria 835.404 individu dan populasi wanita 851.818 orang.

Tabel 3 Jumlah Penduduk Kota Semarang Periode Juni 2020

Kecamatan	Jenis Kelamin		Total
	Laki-laki	Perempuan	
Semarang Tengah	29,174	31,594	60,768
Semarang Barat	77,624	79,957	157,581
Semarang Utara	61,647	63,407	125,054
Semarang Timur	35,307	37,346	72,653
Gayamsari	36,579	37,094	73,673
Gajah Mungkur	29,138	30,066	59,204

Genuk	59,202	59,890	118,092
Pedurungan	96,404	97,882	194,286
Candisari	39,326	40,575	79,901
Banyumanik	69,892	71,431	141,323
Gunung Pati	47,952	47,900	95,852
Tembalang	91,202	91,898	183,100
Tugu	17,120	17,010	34,130
Ngaliyan	69,976	70,578	140,554
Mijen	37,904	37,942	75,846
Semarang Selatan	33,310	35,090	68,400
Total	831,757	848,660	1,680,417

Sumber: Dispendukcapil Kota Semarang, 2020

Setiap tahun, prioritas untuk peningkatan populasi adalah tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata. Fluktuasi populasi alami, seperti kelahiran dan kematian, serta perubahan populasi terkait migrasi (orang yang bergerak masuk dan keluar) adalah penyebab utama pertumbuhan populasi di wilayah perencanaan (Landola, 2009). Laki-laki dan perempuan penduduk Kota Semarang berjumlah 1.680.417 orang pada tahun 2020, sementara secara keseluruhan terdapat 1.687.222 orang dalam kota pada tahun 2021.

d. Tingkat Pendidikan Kota Semarang

Salah satu faktor terpenting dalam perkembangan suatu negara atau negara adalah pendidikan. Komponen kunci dalam mengembangkan dan menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas adalah pendidikan. Kota Semarang merupakan kota yang relatif terdidik yang diharapkan dapat berfungsi sebagai pusat pendidikan.

Tabel 4 Jumlah Jiwa berdasarkan Rentan Usia

No.	Kelompok Umur	Jumlah Jiwa	Presentase
1.	Usia 0-14 tahun	367,020	22,2%
2.	Usia 15-64 tahun	1,018,000	71,48%
3.	Usia > 65 tahun	104,500	6,32%

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2020

Tabel 5 Jumlah Jiwa berdasarkan Pendidikan

SD, SMP, SMA, SMK	Jumlah
Siswa SD di Kota Semarang	135,418
Siswa SMP di Kota Semarang	62,742
Siswa SMA di Kota Semarang	28,298
Siswa SMK di Kota Semarang	37,050

Sumber: *dapodik.semarangkota*

B. Profil KPU Kota Semarang

1. Visi Misi KPU Kota Semarang

Visi

Komisi Pemilihan Umum menjadi penyelenggara Pemilihan Umum yang mandiri, non-partisan, tidak memihak, transparan, dan profesional, berdasarkan asas-asas Pemilihan Umum dengan melibatkan rakyat seluas-luasnya, sehingga hasilnya dipercaya masyarakat.

Misi

a) Menyelenggarakan Pemilihan Umum untuk memilih Anggota Dewan Perwakilan

Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Presiden, dan Wakil Presiden serta Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dan pejabat-pejabat publik lain yang ditentukan Undang-Undang.

- b) Meningkatkan pemahaman tentang hak dan kewajiban politik rakyat Indonesia untuk berpartisipasi aktif dalam Pemilihan Umum yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, adil, akuntabel, edukatif, dan beradap.
- c) Melayani dan memperlakukan setiap peserta Pemilihan Umum secara adil dan setara, serta menegakkan peraturan Pemilihan Umum secara konsisten sesuai dengan peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.
- d) Melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap penyelenggara Pemilihan Umum untuk meningkatkan kualitas Pemilihan Umum berikutnya.

2. Kedudukan, Tugas, dan Kewajiban KPU

1) Kedudukan

Dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2011 Pasal 1 ayat (8) tentang Penyelenggara Pemilihan Umum, yang menyatakan bahwa Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota yang selanjutnya disebut KPU Kabupaten/Kota adalah Penyelenggara Pemilu yang bertanggung jawab menyelenggarakan pemilihan di Kabupaten/Kota, kedudukan KPU Kota Semarang tertulis dan diatur.

2) Tugas

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2011 Pasal 10 ayat (3) mengatur mengenai tugas dan wewenang KPU Kabupaten/Kota.

Tugas dan wewenang KPU Kota Semarang dalam penyelenggaraan pemilihan meliputi:

- a) Perencanaan pemilihan bupati/wali kota meliputi penyusunan jadwal, anggaran, dan program;
- b) menyusun dan menetapkan tata kerja KPU Kabupaten/Kota, PPK, PPS, dan KPPS dalam pemilihan bupati/walikota dengan memperhatikan pedoman dari

KPU dan/atau KPU Provinsi;

- c) menyusun dan menetapkan pedoman teknis untuk setiap tahapan penyelenggaraan pemilihan bupati/walikota berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- d) membentuk PPK, PPS, dan KPPS dalam pemilihan gubernur serta pemilihan bupati/walikota dalam wilayah kerjanya;
- e) mengoordinasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan semua tahapan penyelenggaraan pemilihan bupati/walikota berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dengan memperhatikan pedoman dari KPU dan/atau KPU Provinsi;
- f) menerima daftar pemilih dari PPK dalam penyelenggaraan pemilihan bupati/walikota;
- g) memutakhirkan data pemilih berdasarkan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh Pemerintah dengan memperhatikan data pemilu dan/atau pemilihan gubernur dan bupati/walikota terakhir dan menetapkannya sebagai daftar pemilih;
- h) menerima daftar pemilih dari PPK dalam penyelenggaraan pemilihan gubernur dan menyampaikannya kepada KPU Provinsi;
- i) menetapkan calon bupati/walikota yang telah memenuhi persyaratan;
- j) menetapkan dan mengumumkan hasil rekapitulasi penghitungan suara pemilihan bupati/walikota berdasarkan rekapitulasi hasil penghitungan suara dari seluruh PPK di wilayah kabupaten/kota yang bersangkutan;
- k) membuat berita acara penghitungan suara serta membuat sertifikat penghitungan suara dan wajib menyerahkannya kepada saksi peserta pemilihan, Panwaslu Kabupaten/Kota, dan KPU Provinsi;
- l) menerbitkan keputusan KPU Kabupaten/Kota untuk mengesahkan hasil pemilihan bupati/walikota dan mengumumkannya;
- m) mengumumkan calon bupati/walikota terpilih dan dibuatkan berita acaranya;

- n) melaporkan hasil pemilihan bupati/walikota kepada KPU melalui KPU Provinsi;
- o) menindaklanjuti dengan segera rekomendasi Panwaslu Kabupaten/Kota atas temuan dan laporan adanya dugaan pelanggaran pemilihan;
- p) mengenakan sanksi administratif dan/atau menonaktifkan sementara anggota PPK, anggota PPS, sekretaris KPU Kabupaten/Kota, dan pegawai sekretariat KPU Kabupaten/Kota yang terbukti melakukan tindakan yang mengakibatkan terganggunya tahapan penyelenggaraan pemilihan berdasarkan rekomendasi Panwaslu Kabupaten/Kota dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan;
- q) melaksanakan sosialisasi penyelenggaraan pemilihan gubernur, bupati, dan walikota dan/atau yang berkaitan dengan tugas KPU Kabupaten/Kota kepada masyarakat;
- r) melaksanakan tugas dan wewenang yang berkaitan dengan pemilihan gubernur berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan pedoman KPU dan/atau KPU Provinsi;
- s) melakukan evaluasi dan membuat laporan penyelenggaraan pemilihan bupati/walikota;
- t) menyampaikan hasil pemilihan bupati/walikota kepada Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi, Menteri Dalam Negeri, bupati/walikota, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota; dan
- u) melaksanakan tugas dan wewenang lain yang diberikan oleh KPU, KPU Provinsi, dan/atau yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

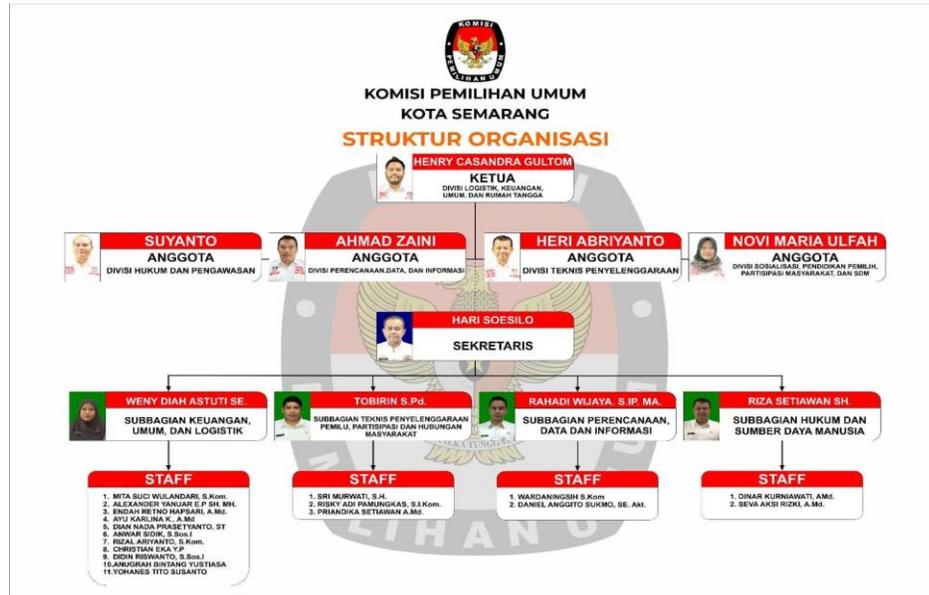
3) Kewajiban

Sesuai dengan Pasal 10 Ayat 4 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2011, KPU Kabupaten/Kota wajib melaksanakan tugas-tugas sebagai berikut pada saat pemilihan anggota Dewan Perwakilan Rakyat, perwakilan daerah, dan DPRD, serta pada saat pemilihan gubernur, bupati, dan wali kota berkewajiban:

- a. melaksanakan semua tahapan penyelenggaraan Pemilu dengan tepat waktu;
- b. memperlakukan peserta Pemilu dan pasangan calon presiden dan wakil presiden, calon gubernur, bupati, dan walikota secara adil dan setara;
- c. menyampaikan semua informasi penyelenggaraan Pemilu kepada masyarakat;
- d. melaporkan pertanggungjawaban penggunaan anggaran sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan;
- e. menyampaikan laporan pertanggungjawaban semua kegiatan penyelenggaraan Pemilu kepada KPU melalui KPU Provinsi;
- f. mengelola, memelihara, dan merawat arsip/dokumen serta melaksanakan penyusutannya berdasarkan jadwal retensi arsip yang disusun oleh KPU Kabupaten/Kota dan lembaga kearsipan Kabupaten/Kota berdasarkan pedoman yang ditetapkan oleh KPU dan ANRI;
- g. mengelola barang inventaris KPU Kabupaten/Kota berdasarkan ketentuan peraturan perundangundangan;
- h. menyampaikan laporan periodik mengenai tahapan penyelenggaraan Pemilu kepada KPU dan KPU Provinsi serta menyampaikan tembusannya kepada Bawaslu;
- i. membuat berita acara pada setiap rapat pleno KPU Kabupaten/Kota dan ditandatangani oleh ketua dan anggota KPU Kabupaten/Kota;
- j. menyampaikan data hasil pemilu dari tiap-tiap TPS pada tingkat kabupaten/kota kepada peserta pemilu paling lama 7 (tujuh) hari setelah rekapitulasi di kabupaten/kota;
- k. melaksanakan keputusan DKPP; dan l. melaksanakan kewajiban lain yang diberikan KPU, KPU Provinsi dan/atau peraturan perundang-undangan. Dalam menjalankan Tugas Pokok dan Fungsinya, KPU Kota Semarang di bantu oleh Sekretariat KPU Kota Semarang.

3. Struktur Organisasi KPU Kota Semarang

Gambar 2 Susunan struktur organisasi KPU Kota Semarang

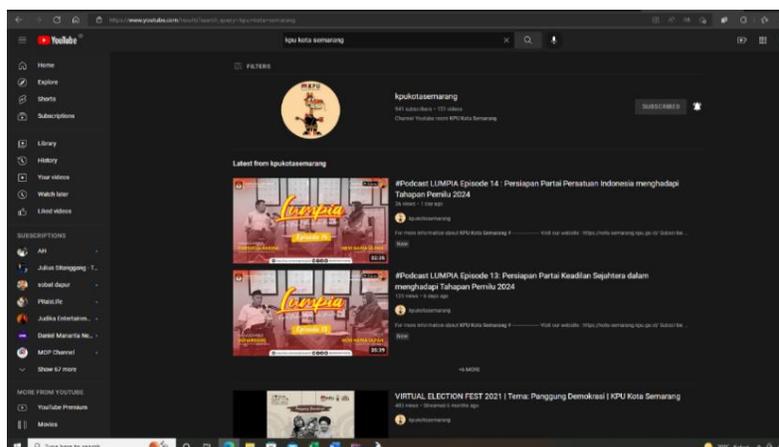


4. Media Sosial

Mengikuti pola *behavior* atau aktivitas kebiasaan berperilaku kehidupan masyarakat di era adanya internet, khususnya pandemi ini KPU Kota Semarang mempertimbangkan kebutuhan para pengguna internet melalui media sosial. Berikut media sosial yang digunakan oleh KPU Kota Semarang;

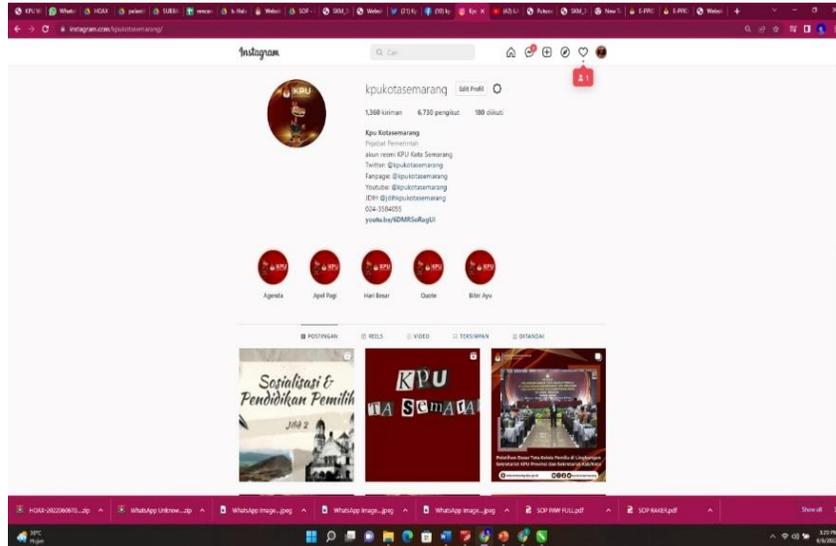
- 1) Youtube

Gambar 3 Youtube (*kpukotasemarang*)



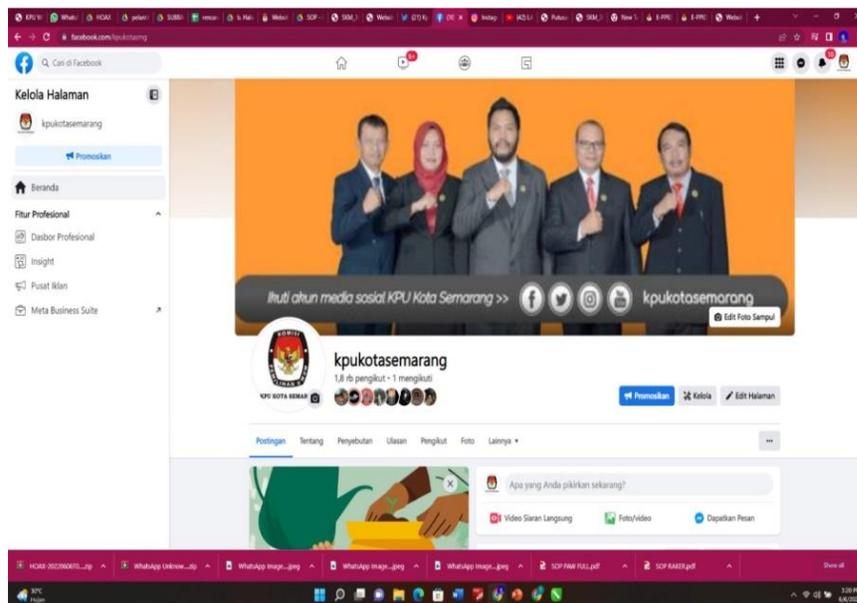
2) Instagram

Gambar 4 Instagram (@kpukotasemarang)



3) Facebook

Gambar 5 Facebook (kpukotasemarang)



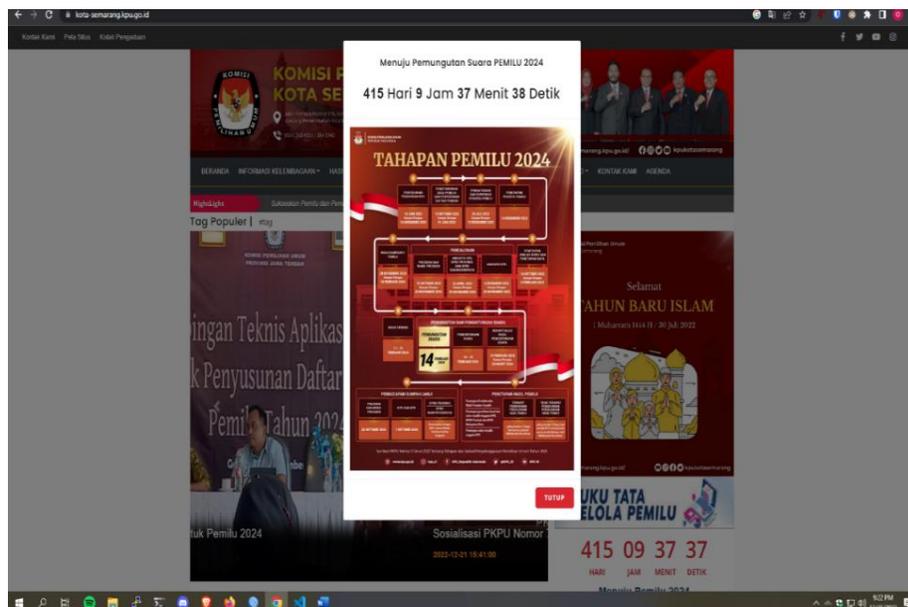
4) Twitter

Gambar 6 *Twitter (@kpukotasemarang)*



5) Website KPU Kota Semarang

Gambar 7 *Website KPU Kota Semarang*



BAB IV BENTUK LITERASI PENDIDIKAN POLITIK

A. Bentuk atau Model Pendidikan Politik KPU Kota Semarang

Pendidikan politik merupakan upaya yang didedikasikan untuk lembaga formal dan informal, mengembangkan serta membentuk kepribadian politik sesuai dengan budaya politik mereka yang bekerja di lembaga tersebut. Membentuk serta menumbuhkan kesadaran politik dengan segala tingkahnya, disemua tingkatan di mana warga negara dapat mengembangkan kesadarannya, membentuk serta menumbuhkan kemampuan untuk berpartisipasi secara aktif dalam politik, dengan bentuk partisipasi yang tetap mengarah pada perubahan yang lebih baik (Ruslan, 2000). Pendidikan politik merupakan pendidikan orang dewasa baik dalam lembaga atau pun di luar kelembagaan yang bertujuan untuk menyadarkan masyarakat secara politik dan individu akan hak-hak politiknya.

KPU Kota Semarang sudah melakukan berbagai kegiatan pendidikan politik untuk seluruh masyarakat dalam rentan waktu 2021-2022. Pendekatan pendidikan KPU Kota Semarang didasarkan pada penilaian pembelajaran jangka panjang melalui pemilihan Walikota sebelumnya, yang diadakan pada tahun 2020. Diketahui bahwa pada tahun-tahun tersebut berbagai negara termasuk Indonesia telah dilanda pandemi wabah penyakit virus corona, dan karena hal tersebut semua kegiatan harus dilakukan secara daring (dalam jaringan) atau *online* melalui sebuah perangkat jaringan yang harus dilakukan di dalam rumah.

Hal ini disampaikan langsung oleh Novi Maria Ulfah, selaku pimpinan divisi sosialisasi, pendidikan pemilih, partisipasi masyarakat dan SDM KPU Kota Semarang. Beliau menjelaskan, sebagai salah satu lembaga penyelenggaraan pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap dan independen, KPU harus memberikan pendidikan politik kepada seluruh masyarakat termasuk kepada para difabel dengan cara atau strategi yang dimiliki oleh KPU. Pendidikan politik harus dilakukan secara terus menerus, sebagaimana telah dijelaskan bahwatujuan dari dilakukannya pendidikan politik adalah untuk mencerdaskan masyarakat.

“Pendidikan politik merupakan salah satu tugas penting yang di harus dilakukan oleh KPU Kota untuk mencerdaskan masyarakat di luar sana termasuk para difabel juga. KPU termasuk lembaga independen yang mana dalam hal sosialisasi pendidikan politik tidak atau bebas dari pengaruh pihak manapun dalam kaitannya pelaksanaan tugas dan wewenang. Jadi, KPU kota sendiri telah mempunyai model dan strategi sosialisasi pendidikan politik dan kegiatan itu dilakukan secara terus menerus. Apalagi sekarang karena pandemi jadi harus serba online, nah KPU juga sudah mempersiapkan kegiatan secara online juga” (Novi, wawancara, 9 Juni 2022).

Pendidikan politik tidak diragukan lagi dilakukan melalui komunikasi yang efektif untuk membina hubungan sosial dengan orang-orang terdekat dan berdampak pada bagaimana mereka merasa, berpikir, dan berperilaku. Littlejohn menegaskan bahwa ada tingkatan atau tingkat komunikasi yang berbeda, termasuk komunikasi interpersonal, kelompok, organisasi, dan massa. (Littlejohn, W Stephen, 1998). Melalui komunikasi pendidikan politik dapat berjalan dengan semestinya sesuai pada kelompok sasaran serta tingkatannya masing-masing.

Latar belakang lain juga disampaikan oleh Bapak Tobirin, beliau menjelaskan pada dasarnya metode komunikasi pendidikan politik yang digunakan disesuaikan pada kelompok sasaran, jadi ada bentuk pendidikan politik yang dilakukan secara langsung (*face to face*) dan ada juga yang dilakukan secara tidak langsung (dalam jaringan). Penggunaan metode komunikasi tersebut dapat disesuaikan dengan keadaan yang ada.

“Untuk tahun-tahun ini, saat pandemi ini, KPU dalam memberikan pendidikan politiknya melakukan 2 bentuk, yaitu dilakukan secara langsung (offline) dengan terjun kelapangan dan juga secara tidak langsung (online) dengan bantuan media dalam jaringan seperti media zoom, youtube, sama memanfaatkan media sosial yang dimiliki KPU” (Tobirin, wawancara, 9 Juni 2022).

Steven M. Chaffee beropini bahwa jenis perubahan yang terjadi dalam

khalayak komunikasi massa merupakan perubahan perasaan atau sikap serta tingkah laku, sebutan lainnya adalah perubahan kognitif, afektif dan behavioral. Efek tersebut yang memunculkan bahwa manusia tidak lagi bersifat pasif.

Berikut bentuk atau metode pendidikan politik yang dilakukan oleh KPU Kota Semarang:

1. Melalui media dalam jaringan (*online*)

Mengikuti pola *behavior* atau aktivitas kebiasaan berperilaku kehidupan masyarakat di era adanya internet, khususnya pandemi ini KPU Kota Semarang mempertimbangkan kebutuhan warganet melalui media sosial. Maka KPU Kota Semarang melakukan sosialisasi melalui laman media sosialnya seperti *website*, *youtube*, *instagram*, *facebook* dan *twitter*. Melalui seluruh media sosial yang dimiliki KPU Kota Semarang sebagai alat menyampaikan informasi diharapkan dapat mempermudah masyarakat mendapatkan informasi yang diberikan tersebut secara cepat dan fleksibel.

a) Youtube

Dalam keberadaannya, masyarakat harus senantiasa menggunakan pengetahuan dan informasi tentang berbagai peristiwa politik sebagai segala wawasan, atau dalam konteks momen pemilu dalam kehidupan sehari-hari yang khusus digunakan untuk menghadapi dan merespon kontestasi yang akan terjadi. Siaran melalui kanal *youtube* KPU Kota Semarang yaitu konten *youtube* “Bibir Ayu” dan “Lumpia” yang pada setiap episodenya menghadirkan pembahasan konteks pemilu yang akan datang dan topik politik lainnya. Adanya konten tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu aktifitas yang pelaksanaannya berpotensi memperkuat pemahaman masyarakat. Apa yang dipraktikkan dalam keberadaannya dapat digolongkan sebagai kegiatan yang dapat disebut sebagai literasi politik.

“saat ini kita lebih sering melakukan pendidikan politik melalui konten youtube. KPU Kota Semarang punya podcast dengan host tetap dari

anggota kita sendiri dengan narasumber intern dari divisi lain sesuai tema yang dibahas. Bibir ayu itu udah samapai berapa ya episodanya, sudah 24 episode dengan tema yang berbeda-beda. Sedangkan konten lumpia itu kami datangkan narasumber dari luar, seperti musisi jaman dulu juga pernah, itu sudah 19 episode” (Novi, wawancara, 9 Juni 2022).

Bernard Crick dalam Literasi politik didefinisikan sebagai pemahaman praktis tentang ide-ide berdasarkan politik dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan bahasa adalah upaya untuk memahami masalah politik, ideologi kandidat, dan bagaimana kecenderungan mereka mempengaruhi mereka dan orang lain. Literasi politik adalah konsep yang mengacu pada kombinasi pengetahuan, kemampuan, dan perilaku politik. Untuk menentukan apakah hoaks didasarkan pada informasi nyata atau tidak, orang harus melek politik.

Melalui cara tersebut, masyarakat yang berbasis atau berkebutuhan internet pada gadget dapat dengan mudah memperoleh informasi kapanpun dan dimanapun berada dari melihat dan mengetahui mengenai hal-hal tentang pemilu yang akan di selenggarakan. Dalam rangka mengidentifikasi praktik-praktik yang dapat disebut sebagai literasi politik yang mencakup diskusi praktis tentang pendidikan politik atau isu politik, hal ini dielaborasi melalui teori dan konsep berdasarkan tiga unsur praktik yang dilakukan dengan aspek pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang terdapat dalam konten YouTube yang dimiliki oleh KPU Kota Semarang.

1) Aspek Pengetahuan: Isi Pengetahuan Pendidikan Politik dalam Konten Youtube milik KPU Kota Semarang

Pentingnya memasukkan informasi dan pesan tentang pendidikan politik di dalamnya untuk tujuan pendidikan. KPU Kota Semarang memiliki bibir ayu dan lumpia, yang ditampilkan dalam setiap episode konten youtube dan dapat digunakan sebagai informasi politik yang dipecah menjadi percakapan dalam podcast. Bibir ini memberikan pengetahuan tentang pendidikan politik yang

disampaikan dalam konten. Mengenai perjalanan KPU Kota Semarang, ada beberapa item dan banyak hal di YouTube yang tujuannya adalah untuk memberikan pendidikan melalui diskusi tentang mata pelajaran yang bermanfaat dan menarik, terutama yang terkait dengan proses pemilihan berikutnya pada tahun 2024.

Berikut ini merupakan poin-poin bahasan yang ada pada setiap episode kontennya yang dicermati dapat dilihat sebagai pengetahuan mengenai pendidikan politik yang tersalurkan melalui konten Youtube KPU Kota Semarang:

Tabel 6

Pengetahuan Politik Pada Konten Youtube KPU kota Semarang selama menjelang pemilu 2024

No.	Judul Episode	Bahasan
1.	LUMPIA 1: IKSAN SKUTER: Sejarah, Harmoni, dan Pandangan Demokrasi	Pemikiran politik dan pandangan demokrasi dari seorang musisi
2.	Lumpia episode 2-5	Membahas seputar Bawaslu
3.	Lumpia episode 6-19	Membahas seputar rangkaian seluruh partai politik yang ada di Indonesia
4.	Bibir Ayu episode 1-10	Membahas mengenai Pilwakot 2020
5.	Bibir Ayu episode 11-24	Membahas Pendidikan Politik, sosialisasi kepemiluan 2024 yang terdiri dari teknis, pendaftaran, pelaksanaan, administrasi, dan pemuktahiran.

Sumber: diolah penulis

Konten bibir ayu lebih pada topik pengetahuan pendidikan politik. Karena visi

misi KPU juga tidak lain sebagai pemberi informasi seputar pendidikan politik, dan penayangan konten *youtube* tersebut dilakukan pada waktu sekarang menjelang proses pemilu 2024. Diskusi mengenai pemilu dan berbagai hal di dalamnya cukup banyak terbahaskan. Pembahasan secara baik dan detail terkait pengetahuan pendidikan pemilu dilakukan oleh host tetap dari KPU Kota Semarang. Karena itulah konten ini cukup baik pembawaannya, dan materi yang di bawakan perepisode juga cukup dikuasai oleh *host* sebagai informan.

“secara umum yang wajib dibahas di dalam konten bibir ayu itu tentang pendidikan politiknya, jadi ya seputar informasi-informasi pemilu. Jadi konten bibir ayu ini lebih sebagai konten untuk bahan sosialisasi melalui media youtube. Informannya juga kita tetapkan, yaitu dari anggota KPU Kota Semarang sendiri. Ada satu host tetap bibir ayu, dan satu narasumber yang disesuaikan pada tema perepisode” (Novi, wawancara, 9 Juni 2022).

Hal tersebut selaras dengan apa yang sudah disampaikan Ibu Novi selaku pempinan anggota divisi sosialisasi. Pembahasan-pembahasan dalam konten bibir ayu utamanya sesuai dengan pemenuhan informasi bagi seluruh masyarakat mengenai persoalan pengetahuan pemilu yang akan berlangsung pada 2024 mendatang.

2) Aspek Sikap: Pesan yang terkandung dalam konten *youtube* KPU Kota Semarang

Setelah melalui aspek pengetahuan yang berisikan pesan serta informasi yang bersifat edukasi dapat dilihat adanya aspek sikap di dalam praktik literasi politik tersebut. Sikap yang terlihat dari konten milik KPU Kota Semarang terdapat pada pembahasan yang dibawa, dimana sikap tersebut dapat terlihat melalui pengetahuan dari *host* dan narasumber yang dipilih. Selain itu, ada sudut pandang yang diungkapkan oleh audiens, khususnya dalam bentuk komentar atau tanggapan yang dibuat selama latihan literasi. Memahami bagaimana masyarakat berinteraksi dengan diskusi selama kegiatan literasi sangat penting.

Sikap dalam pengetahuan konten *youtube* KPU Kota Semarang dapat di lihat

melalui proses penciptaan konten tersebut. Melalui hal tersebut dapat diketahui bagaimana konten tersebut turut serta memberikan sikap pada pengetahuan serta informasi yang diberikannya.

“dalam memberikan sikap yang baik semuanya dapat melihat melalui konten-konten yang telah dibuat dan diunggah untuk masyarakat semua. Sikapnya ada pada informasi dan pengetahuan host maupun narasumber yang kami datangkan. Itu bagaimana penanggapan atas informasi yang telah didapat bisa kembali kepada penonton” (Novi, wawancara, 9 Juni 2022).

Sikap yang dapat dilihat dan ditunjukkan dalam konten *youtube* KPU Kota Semarang sendiri dapat dilihat dari bagaimana penanggapan atas informasi yang telah diberikan di setiap tema atau topik pembahasan per-episodenya. Ada banyak kesimpulan sikap yang mungkin diungkapkan dalam bagaimana konten ini mengkomunikasikan pengetahuan yang ada berdasarkan perdebatan di setiap episode.

3) Aspek Keterampilan: praktik yang terkandung dalam konten *youtube* KPU Kota Semarang

Literasi politik tidak terlepas dari aspek keterampilan atau *skill*. Keterampilan dihasilkan oleh praktik yang telah dilaksanakan guna terselenggaranya literasi politik yang diwujudkan melalui sebuah aktivitas atau kegiatan. Aspek keterampilan yang dimiliki oleh konten-konten *youtube* KPU Kota Semarang dalam hal memberikan suatu kegiatan literasi politik sudah tergambarkan melalui proses yang telah dilakukan oleh para tim konten *podcast* dari anggota KPU Kota Semarang itu sendiri.

Pada konteks aspek keterampilan ini, dapat dilihat melalui praktik yang sudah terlaksana, yaitu seperti proses pengemasan literasi politik dalam suatu konten video yang telah diciptakan atau dibuat dari hal-hal yang melatar belakungnya sehingga menjadikan sebuah kegiatan literasi politik yang pemanfaatannya melalui sarana new media atau media sosial dalam jaringan pada praktik yang ada.

Seperti yang telah dikatakan oleh ibu Novi selaku pimpinan divisi sosialisasi, pendidikan pemilih, partisipasi masyarakat dan SDM KPU Kota Semarang

“salah satu dari konten youtube bibir ayu yang judulnya sosialisasi pendidikan pemilih tahun 2022 itu dibuat untuk memberikan informasi mengenai pemilu 2024 dengan sasaran para warganet dan yang paling banyak itu ada di usia remaja” (Novi, wawancara 9 Juni 2022).

Dalam hal ini sebagai tahap sosialisasi media sosial, proses komunikasi serta informasi di kehidupan masyarakat juga ikut berubah. Kehadiran alat bantu atau jaringan internet menandakan bahwa perkembangan teknologiberkembang maju dan modern. Alat bantu itulah yang memunculkan gaya baru komunikasi masyarakat yang dilakukan pada era *new media* (media baru). *Newmedia* atau Media baru adalah istilah yang menggambarkan perpaduan media tradisional dan digantikan dengan media baru modern dengan kekuatan interaktif teknologi komunikasi yang memungkinkan aksesibilitas berbagai jenis konten dari mana saja dengan bantuan perangkat digital apa pun, dilakukan kapan saja selama masih dalam jaringan dan dalam proses waktu yang sangat singkat.

Salah satu media baru modern yang semakin berkembang dalam kehidupan masyarakat adalah media sosial. Gagasan menggunakan dan memanfaatkan media sosial memenuhi keinginan banyak orang dalam berbagai konteks. Adanya konten *youtube* KPU Kota Semarang memudahkan masyarakat mendapatkan informasi mengenai pemilu dan pemilihan lainnya. Praktik pemanfaatan media baru dapat dilihat melalui konten-konten yang telah di publikasikan dengan materi utama pada bidang politik, dalam hal sarana pembelajaran serta pemahaman terkait berbagai bahasan informasi kepemiluan.

Platform media sosial baru adalah cara konkret bagi semua bidang masyarakat untuk menjadi lebih sadar akan peluang dan perlunya mempercepat penyebaran, kemanjuran, dan perluasan pengetahuan politik. Kebutuhan akan hubungan di antara orang-orang untuk berkomunikasi agak signifikan melalui media sosial, yang memberikan semua kemudahan untuk komunikasi.

Praktik literasi politik melalui media sosial dalam pembuatan konten *youtube* KPU Kota Semarang yang telah dikembangkan dan dikemas menjadi sebuah *podcast* telah menjadikannya aktivitas baru dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Tingginya aktivitas masyarakat khususnya Indonesia menjadikan alasan KPU Kota Semarang menuntut dan menjadikan media sosial sebagai tempat untuk menyelenggarakan suatu konten yang menyajikan pembahasan seputar pemilihan.

“untuk saat ini perkembangan konten youtube KPU Kota Semarang sedang dipush terus, dikarenakan menjelang pemilu 2024 juga. Saya pikir youtube juga menjadi media sosial yang lumayan rame, jadi bisa bikin konten seputar pemilihan. Selain itu juga kita kasih kesempatan untuk parpol-parpol memberikan informasi sejauhmana persiapannya dari masing-masing parpol itu. Jadi, gak cuman informasi pemilihan tapi juga ada informasi tentang parpol” (Novi, wawancara, 9 Juni 2022).

Dalam hal ini media sosial telah mengalami evolusi berkelanjutan yang tanpa di sadari telah mengubah pola komunikasi manusia. Wiley dalam bukunya menjelaskan bahwa media adalah kumpulan sistem berbasis *web situsweb* yang memungkinkan interaksi massal, percakapan, dan berbagi di antara anggota jaringan (Wiley, 2014, hal. 3). Hal ini menjadikan konten *youtube* KPU Kota Semarang yang digunakan sebagai literasi politik dan dikembangkan melalui media baru dapat dilihat adanya pola atau karakteristik yang berbeda dari media tradisional seperti televisi, radio dan surat kabar. Melalui media baru ini lah yang kemudian diterapkan dalam konten-konten tersebut:

a. *User-based*

Penggunaan media baru, khususnya media sosial, karena tidak hanya digunakan oleh organisasi. Ini membuatnya sangat berguna untuk mempraktikkan literasi politik. Di media sosial, siapa pun dapat mempublikasikan konten, dan pengguna dapat memilih untuk melakukannya atas kebijakan mereka sendiri.. Konten-konten *youtube* KPU Kota Semarang yang

memberikan praktik gambaran literasi politik yang dikemas dalam podcast bibirayu dan lumpia pada akhirnya tercipta karena suatu dorongan yang mengharuskan melakukan suatu perubahan didalam pembangunan ruang pembelajaran serta diskusi politik bagi masyarakat,terlebih saat menjelang pemilu 2024.

b. Interactive

Berkat kegiatan literasi politik yang dilakukan di platform *Youtube*, video konten youtube KPU Kota Semarang telah dirilis melalui media sosial. Video yang telah diproduksi juga menunjukkan bahwa beberapa di antaranya memiliki elemen interaktif yang baik yang menciptakan hubungan antara pemirsa dan konten podcast dan membantu penyebaran informasi dan sikap tentang praktik literasi politik. Jika ada interaksi interaktif dalam sebuah materi yang dibuat untuk media sosial, literasi politik dapat dicapai secara tidak langsung.

c. Community Driven

KPU Kota Semarang telah membuat konten YouTube, seperti bibir ayu dan lumpia, yang telah memunculkan jejaring sosial di pengguna media sosial. Konten-konten tersebut kini menjadi fokus lanjutan pelaksanaan kegiatan literasi politik.. Melalui adanya *subscriber* dan *viewers youtube* KPU Kota Semarang ini menandakan bahwa diantara jaringan di media sosial ada perantara dalam mengkomunikasikan tentang informasi politik ataupun kepemiluan yang menjadikan praktik literasi politik didalamnya.

Semua ini konsisten dengan teori literasi politik yang dikemukakan oleh Bakri, yang menurutnya literasi politik didefinisikan sebagai pemahaman praktis atas ide-ide berdasarkan pengalaman dunia nyata. Kemudian adanya pengaruh atau efek literasi politik yang dihasilkan komunikator untuk komunikasi yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Kognitif yang dimaksudkan adalah ketika komunikasi mendapat pengetahuan baru dari konten *podcast* yang telah di upload pada akun *Youtube* (kpukotasemarang). Afektif yaitu sikap seseorang yang

terbentuk setelah mendapatkan informasi. Yang terakhir adalah Konatif dalam hal ini merupakan tingkah laku, hal yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu, contohnya seperti berkomentar ataupun menyebarkan konten. Hal tersebut membuktikan bahwa literasi politik melalui media sosial dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan sebuah *feedback*.

Belshaw dalam teorinya tentang elemen dasar membangun literasi digital yaitu elemen communicative (komunikatif), creativity (kreatif), critical (kritis), civic (bertanggung jawab), confident (kepercayaan diri) sesuai dengan konstruk pembuatan konten informasi atau pendidikan politik pada akun *Youtube (kpukotasemarang)*. Literasi politik digital dengan mengedepankan elemen dari Belshaw yang dinilai mampu memenuhi semua persyaratan untuk menciptakan literasi digital dan dapat memikat generasi milenial untuk melanjutkan literasi pendidikan politik melalui akun media sosial yang dikelola KPU Kota Semarang.

b) Instagram

Selain *Youtube*, KPU Kota Semarang dalam literasi digitalnya juga menggunakan media sosial Instagram yaitu *@kpukotasemarang*. Berdasarkan hasil dari wawancara dan juga pengamatan yang dilakukan peneliti akun instagram KPU Kota Semarang digunakan sebagai aktualisasi forum atau lembaga sebagai peran yang memberikan informasi kepemiluan di Indonesia yang memiliki program untuk mengedukasi masyarakat akan halnya pentingnya pendidikan politik. Di sinilah akun Instagram KPU Kota Semarang berperan sebagai salah satu ruang terdekat bagi masyarakat khususnya milenial untuk menjadi media yang selalu terinformasi dan hadir secara interaktif dengan ditangani langsung oleh tim media sosial KPU Kota Semarang. Instagram KPU Kota Semarang berisikan tentang informasi pemilu yang akan datang, teknis pelaksanaan, informasi tentang PPK dan PPS, pentingnya hak suara untuk pemilihan umum, sosialisasi persiapan pemilu 2024.

Akun *instagram* milik KPU Kota Semarang ini selain berisi konten juga berisi hasil dari agenda sosialisasi secara *face to face*. Konten dari akun *instagram* ini menyediakan video dalam bentuk *reels*, animasi, dan juga infografis menarik agar dapat membangun perhatian serta dapat meningkatkan literasi digital melalui media sosial akun *instagram* @kpu_kotasemarang.

Akun *instagram* @kpu_kotasemarang selalu memberikan informasi yang konsisten setiap harinya dengan agenda yang selalu berbeda-beda untuk memenuhi janjinya dalam hal meningkatkan literasi digital. Biasanya setiap konten pasti ada hastagnya, seperti #temanpemilih #pemiluswrentak2024 #kpumelayani. Setiap konten juga tidak lupa tetap berdasarkan visi dan misi yang telah dibuat KPU Kota Semarang.

“literasi melalui akun Instagram itu kami menyajikan konten dengan bentuk video, gambar, poster, infografis juga. Kami mengupayakan bentuk dari konten tersebut sebisa mungkin menarik untuk para remaja, karna Instagram itu kebanyakan digunakan oleh remaja”
(Novi, wawancara 9 Juni 2022)

Hasil dari wawancara dengan Ibu Novi selaku komisioner KPU Kota Semarang menyebutkan bahwa literasi politik menggunakan akun *instagram* itu menyajikan suatu pesan atau informasi baik itu berupa video, audio, ataupun gambar. Akun ini dibuat untuk semua masyarakat khususnya para remaja untuk mewujudkan millennial yang mengerti haknya untuk pemilu yang akan datang. Pembaca juga sangat dilatih untuk berfikir kritis agar dapat membedakan informasi *hoax* dan yang tidak. Seperti yang diungkapkan Belshaw dalam teorinya mengatakan bahwa salah satu elemen literasi digital adalah kritis serta bertanggung jawab.

Selain itu Belshaw juga mengatakan bahwa literasi merupakan elemen komunikatif yang diartikan sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi yang begitu luas dapat diakses melalui berbagai

perangkat seperti komputer atau *handphone*.

Sama halnya dengan *instagram @kpukotasemarang* yang selalu menyediakan konten-konten berupa infografis, video, animasi, serta gambar, sehingga dengan mudah dapat dipahami maksud isi pesan dari konten tersebut. Adapun luas yang dimaksud yaitu luas berwawasan etika dan penuh tanggung jawab.

Literasi digital ini sejatinya perlu disikapi dengan rasa tanggung jawab yang besar, karena mencakup hal hal tentang kepemiluan. Tim media sosial KPU Kota Semarang yang juga termasuk admin media sosial *instagram @kpukotasemarang* selalu melakukan *crosscheck* sebelum konten tersebut *diupload*. Pengoptimalisasian juga sangat diperlukan untuk meningkatkan literasi digital secara efektif. Hal ini menandakan bahwa tim media sosial penyedia konten tersebut memiliki kepercayaan diri terhadap karya atau konten mereka. usaha tersebut sejalan dengan elemen Belshaw tentang kepercayaan diri dalam literasi digital.

Untuk terus menjalankan literasi digital melalui akun *instagram @kpukotasemarang* yang selalu berusaha memberikan konten kreatif dan tetap pada konsistensinya yaitu visi misi KPU Kota Semarang. Konten kreatif dibangun untuk mengikat perhatian masyarakat khususnya millennial. Melalui konten kreatif dengan penggunaan bahasa yang sopan dan bahkan meremaja membuat daya tarik tersendiri sebagai proses jalannya literasi digital.

Konten dengan informasi tentang kepemiluan dibuat dengan penuh rasa tanggung jawab, agar setiap kontennya dapat selalu dipertanggung jawabkan kepada pimpinan jika terjadi kesalahan. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri jika sudah membahas tentang kepemiluan. walaupun dari tim media sosial sendiri sudah mempunyai *plant* pembuatan konten serta pengajuan *approval* pimpinan. Karena hal tersebut maka semua tim media sosial telah ditanamkan rasa bertanggung jawab penuh atas masing-masing tugas konten yang telah dibuat dan

diupload di instagram milik KPU Kota Semarang.

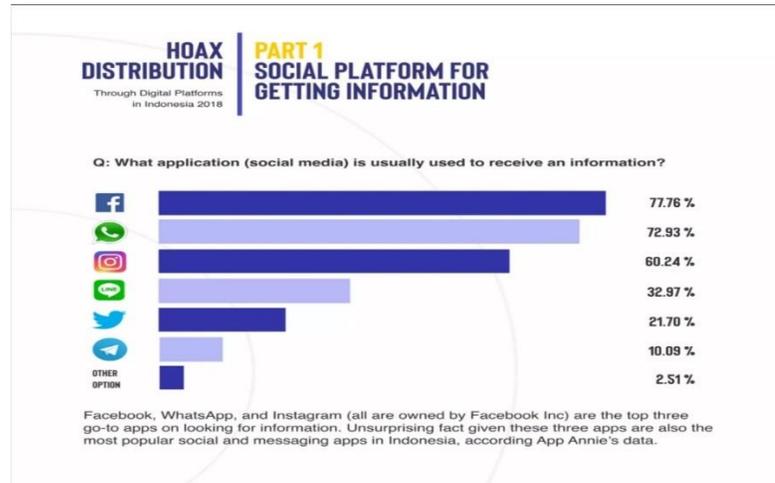
Upaya tim medsos KPU Kota Semarang dalam mengkontruksi suatu konten dengan ide-ide yang baru. bukan hanya soal isi atau informasi yang harus baru, tetapi tampilan atau desain suatu konten juga perlu berubah. Hal ini ditujukan agar masyarakat tidak bosan melihat tampilan yang monoton.

Hasil penelitian menandakan bahwa elemen comunicative (komunikatif), creativity (kreatif), critical (kritis), civic (bertanggung jawab), confident (kepercayaan diri) sesuai dengan konstruk pembuatan konten informasi atau pendidikan politik pada akun *instagram @kpukotasemarang*. Literasi politik menggunakan media sosial dengan mengedepankan elemen Belshaw dinilai mampu memenuhi semua persyaratan untuk menciptakan literasi politik menggunakan media sosial dan dapat memikat generasi milenial untuk melanjutkan pendidikan melalui akun media sosial yang dikendalikan oleh KPU kota Semarang.

c) Facebook

Facebook menjadi media sosial yang paling banyak digunakan setelah *whatsapp* dan *instagram*. media sosial *facebook* banyak digunakan oleh masyarakat dari kalangan muda hingga tua. Diketahui bahwa *facebook* merupakan aplikasi paling bebas untuk digunakan. kebebasan yang dimiliki aplikasi *facebook* ini adalah tidak ada batasan kata atau karakter untuk suatu tulisan yang dibuat, serta tidak ada batasan yang mempersulit link apapun dalam mengaksesnya. Namun ada hal yang disayangkan yaitu menurut *dailysocial*, facebook menjadi media sosial yang memuat *hoax* dan sebaran provokasi terbanyak.

Gambar 8 *Dailysocial*



Sumber: <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-distribusi-hoax-di-media-sosial-2018>

KPU Kota Semarang yang juga memiliki media sosial facebook kemudian memiliki peran tambahan yang sangat penting untuk memberikan kesadaran pentingnya akan bermedia sosial. Hal ini diungkapkan langsung oleh komisioner divisi sosialisasi,

“kalau untuk facebook kit aitu harus sangat berhati-hati dalam memberikan berita atau informasi tentang politik, kita punya hal penting untuk memberikan kesadaran masyarakat akan hoax dan provokasi. Kita tahu yang memakai facebook kebanyakan dari kalangan muda hingga tua” (Novi, wawancara, 9 Juni 2022).

Sementara hasil dari wawancara mendalam serta pengamatan langsung menunjukkan bahwa akun facebook KPU Kota Semarang kurang aktif. Diketahui bahwa postingan terakhir dari media sosial facebook yaitu pada bulan Oktober. Selain itu juga konten yang ada hanyalah hasil dokumentasi atau berita acara dari agenda sosialisasi langsung.

Gambar 9 Postingan Facebook kpukotasemarang



Sumber: Facebook kpu.kotasemarang

Sebagai media sosial untuk literasi digital, *facebook* milik kpu kota semarang yang memberikan informasi mengenai pendidikan politik berhasil memikat para pengikutnya untuk bisa berkomunikasi secara tidak langsung. Hal ini terlihat dari beberapa postingan yang ada di *facebook* milik kpu yang lebih sering dikomentari oleh para pengikutnya daripada media sosial yang lain.

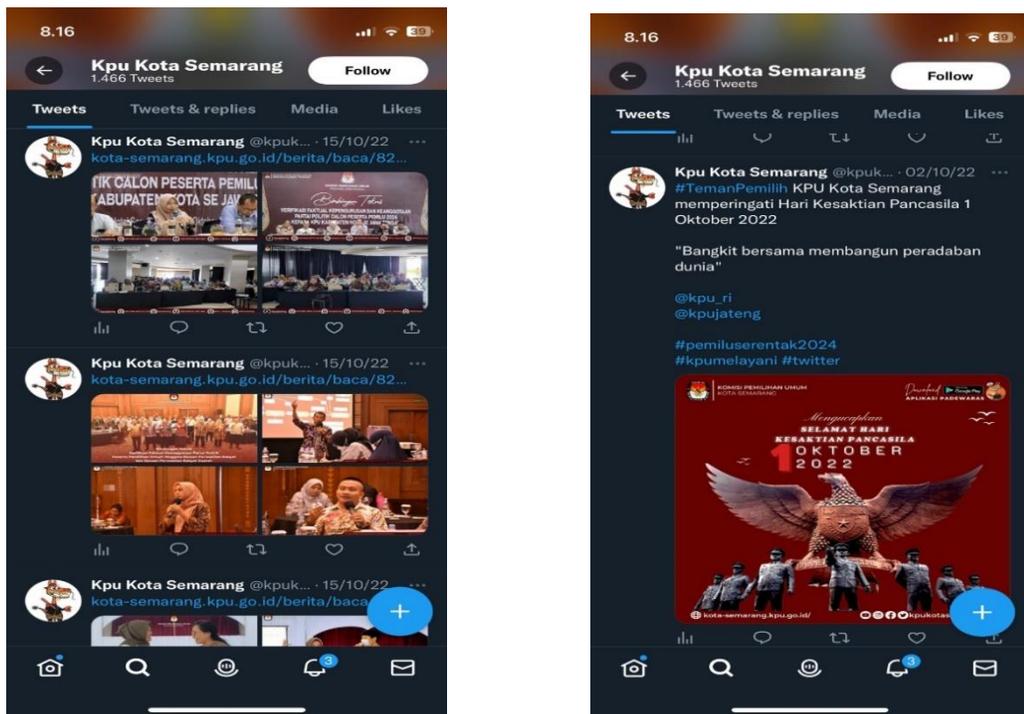
Adanya pengaruh atau efek yang dihasilkan komunikator untuk komunikan melalui media sosial didapatkan efek berupa kognitif, afektif, dan konatif. Kognitif berupa pengetahuan baru dari hasil literasi politik tersebut. Afektif berupa emosi atau perasaan yang terbentuk. Konatif dalam hal ini merupakan tingkah laku, hal yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu, contohnya seperti berkomentar.

Agar masyarakat, khususnya generasi milenial, yang merupakan mayoritas pengguna *Facebook* di Indonesia dapat memanfaatkan atau menggunakan *Facebook* dengan baik, perlu untuk mengembangkan kesadaran literasi politik melalui media sosial hal ini merupakan upaya yang krusial.

d) *Twitter*

Pada bagian ini peneliti mengkaji literasi politik melalui akun *twitter* kpu kota semarang yang difokuskan untuk melihat sejauh mana literasi politik yang dilakukan kpu kota semarang melalui media sosial *twitter*. Berbeda dengan *instagram*, *twitter* kpu kota smg hanya berisikan *link* berita acara hasil dari agenda-agenda sosialisasi langsung yang dilakukan oleh kpu. selain itu juga didapatkan bahwa akun *twitter* hanya mengunggah poster tentang hari penting saja.

Gambar 10 *Postingan Twitter @kpukotasemarang*



Sumber: <https://twitter.com/kpukotasemarang?s=11&t=hPwgD4qMJsXoP3B>

ACegjeA

Hasil dari wawancara mendalam bersama Ibu Novi selaku komisioner divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat, dan SDM juga menjelaskan bahwa,

"memang kita memfokuskan literasi politik itu melalui media sosial youtube dan instagram, karena anak muda jaman sekarang paling banyak menggunakan medsos ya di dua aplikasi tersebut. jadi untuk akun twitter ini tidak terlalu banyak konten unik tentang pendidikan didalamnya. jadi kita alihkan ke website kpu" (Novi, wawancara, 9 Juni 2022).

Jawaban lain dari masyarakat,.

"aku malah gak punya twitter mbak, jadi ya memang lihat dari instagram dan youtube kadang-kadang" (Julia, wawancara, 10 Juni 2022).

Hasil dari wawancara serta pengamatan diperoleh bahwa akun *twitter* KPU Kota Semarang ini kurang aktif dan kurang diminati oleh para remaja. Disisi lain juga para remaja memang lebih banyak menggunakan media sosial *instagram* dan *youtube*.

Kurangnya informasi tentang pendidikan politik yang dikhususkan pada media *twitter* sendiri tidak bisa dikatakan sebagai literasi politik yang baik. Karena tidak ada informasi mendalam mengenai Pendidikan politik, yang ada hanyalah berita acara hasil dari sosialisasi secara langsung.

Karena hal tersebut kurang dapat dikategorikan ke dalam literasi politik melalui media sosial, karena di dalam akun *twitter* @kpu kotasemarang tersebut tidak memenuhi unsur literasi. Diantaranya yaitu tidak adanya pengaruh atau efek yang dihasilkan komunikator untuk komunikasi yang bersifat afektif, dan konatif. Afektif yang dimaksud adalah sebuah sikap dari seseorang yang terbentuk. Tidak adanya informasi mengenai Pendidikan politik membuat seseorang kurang mendapatkan informasi melalui akun *twitter* yang ada hanyalah sebuah berita acara. Sedangkan Konatif dalam hal ini merupakan tingkah laku yang membuat seseorang berbuat sesuatu, contohnya seperti berkomentar, diketahui bahwa tidak ada umpan balik pada literasi digital melalui akun *twitter* @kpu kotasemarang.

e) Website

KPU Kota Semarang selain menggunakan media sosial yang banyak peminatnya juga memiliki *website* resmi untuk wadah literasi politik melalui media sosial. *Website* dengan nama KPU Kota Semarang dapat diakses melalui internet. Literasi digital melalui *website* adalah pilihan yang tepat, karena *website* resmi milik lembaga pastilah lengkap dan akurat.

Website KPU Kota Semarang digunakan sebagai aktualisasi forum atau lembaga sebagai peran pelayanan publik yang memberikan informasi kepemiluan di Indonesia yang memiliki program untuk mengedukasi masyarakat akan halnya pentingnya pendidikan politik. Tidak hanya itu, *website* KPU Kota Semarang juga berisikan berita acara agenda sosialisasi yang dilakukan secara langsung. Ada pula pengumuman yang *up to date* tentang pendaftaran, penetapan hasil PPK dan PPS, dan jadwal pengumuman yang lainnya.

Gambar 11 Postingan Website KPU Kota Semarang



Hasil wawancara mendalam dengan salah satu komisioner KPU Kota Semarang Ibu Warda mengatakan,

“memang website KPU itu memuat informasi-informasi yang penting, lengkap dan selalu uptodate dibandingkan dengan media sosial lainnya. Dan rata-rata informasinya berupa artikel tulisan saja” (Warda, wawancara 9 Juni 2022).

Adanya *website* ini dapat mewujudkan masyarakat yang kaya akan pengetahuan terutama dalam hal pendidikan politik. Untuk itu perlunya berfikir kritis agar dapat mencari informasi yang benar akurat, tidak ada informasi yang *hoax*. Hal ini masuk ke dalam salah satu elemen Belshaw yang mengatakan bahwa masyarakat dengan literasi digitalnya harus selalu berfikir kritis.

Website KPU Kota Semarang yang sangat komunikatif ini selalu dapat memberikan dan menyediakan informasi secara *up to date*, berwawasan luas, penuh etika dan tanggung jawab pada setiap tulisannya. Serta untuk terus mengedepankan literasi politik melalui *website*, KPU Kota Semarang berusaha selalu memberikan informasi dan mengedepankan selalu visi misi KPU Kota Semarang. Tulisan yang informatif dan menarik selalu menjadi daya tarik tersendiri bagi pembaca. Selain itu penulisan dengan gaya bahasa meremaja dan tetap sopan juga sangat menarik. Hal ini menjadi sebuah kreatifitas tersendiri bagi KPU Kota Semarang.

Informasi tentang pengumuman, jadwal yang menyangkut tentang pemilihan dibuat dengan penuh rasa tanggung jawab agar semua tulisan tersebut dapat dipertanggung jawabkan. Sebagai lembaga informatif yang selalu memberikan informasi pemilihan pastilah semua pihak di dalamnya yang terlibat sudah diberikan rasa tanggung jawab yang besar. Tanggung jawab ini termasuk dalam sebuah elemen dari teori pengembangan literasi Belshaw.

Jika dikaitkan dengan teori Belshaw *website* KPU Kota Semarang sudah bisa menjadi media untuk literasi politik tentang pemilihan dan Pendidikan politik.

Pengetahuan serta keterampilan literasi politik penting untuk meningkatkan kemampuan kognitif dan afektif masyarakat khususnya generasi millennial agar bisa menggunakan atau memanfaatkan *website* secara baik.

Hasil dari pengamatan serta wawancara mendalam pada informan KPU Kota Semarang dan dengan mengamati langsung media-media sosialnya beranggapan bahwa mereka tidak hanya berfokus pada media sosial pada elemen Belshaw tersebut. Pada faktanya KPU Kota Semarang tetap berusaha pada visinya untuk memberikan kecerdasan bangsa melalui literasi politik melalui media sosial dan juga sosialisasi secara langsung terkait pendidikan politik. Kedua hal inilah yang nantinya akan menjadikan sebuah kajian dimasa depan terutama bagi para millennial dalam menghadapi perkembangan teknologi yang semakin canggih.

KPU Kota Semarang sebagai lembaga yang memberikan pendidikan serta kepemiluan telah memiliki koneksi yang luas dengan para kelompok yang sama visinya untuk membantu memberikan sosialisasi atau memperluas literasi politik melalui media sosial. Pada dasarnya para remaja atau millennial yang karakteristiknya pasti memiliki rasa ingin tau mendorong KPU Kota Semarang untuk terus membantu millennial sebagai generasinya agar mendapatkan pendidikan politik serta informasi kepemiluan yang sangat penting, bermanfaat serta terjamin sumbernya atau dapat dipertanggung jawabkan sumber tersebut dengan memperluas informasi dan memperkaya ilmu pada diri sendiri. Sehingga timbulah rasa mau atau sukarela menyebarkan lebih luas informasi tersebut.

Proses

KPU Kota Semarang sebagai lembaga pemerintahan yang berkepentingan politik menggunakan medianya tidak hanya berfungsi sebagai mitra berita, tetapi berfungsi juga sebagai saluran untuk menyampaikan informasi atau gagasan politik, sebagai saluran pendidikan politik hingga menjadi ruang praktik literasi politik secara digital melalui media sosial.

Perpaduan media dan politik dalam negara demokrasi dapat dilihat bahwa

media lebih condong terhadap pemaknaan sebagai alat kontrol kekuasaan serta penyeimbang demokrasi. Namun, hal tersebut kerap tidak terpenuhi di media. Sebagai upaya meminimalisir hal-hal negatif pada perpolitikan, maka dibutuhkan proses yang harus dilakukan sebelum informasi tersebut diunggah di media dan di terima oleh masyarakat. Seperti penjelasan dari komisioner divisi teknis, Bapak Tobirin

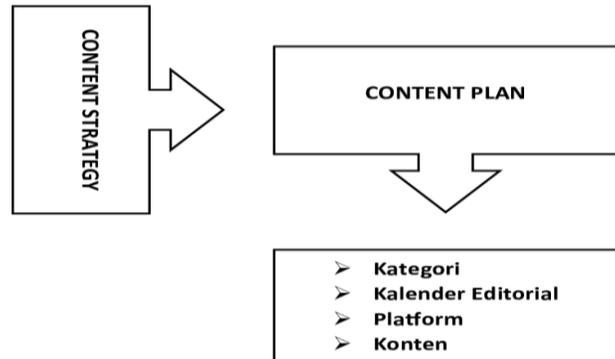
“saat ini kan KPU banyak menggunakan media untuk menyebarluaskan informasi ke pemilu. Di media sosial juga gak sembarangan posting, jadi sebagai lembaga kita juga tetap berhati-hati agar tidak ada hal-hal yang menyimpang. Untuk itu diperlukan proses dari tahapan materi hingga sampai di posting” (Tobirin, wawancara, 9 Juni 2022)

Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGD) dimana konten yang dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa (Nasrullah, 2016:11). Selain itu, media juga dapat dilihat dari bagaimana pesan itu dapat disebarluaskan atau seperti apa pola dari penyebaran pesan atau informasi dengan teknologi masa kini, dan sampai pada bagaimana khalayak dapat menggunakan media baru tersebut dalam menerima informasi yang baik. Untuk itu perlulah proses yang matang dalam pembuatan konten agar konten yang telah di publish tidak menimbulkan suatu masalah.

1. Pembuatan (*Content Plan*)

Content plan digunakan dalam pembuatan sebuah konten yang nantinya akan disebar luaskan melalui media yang dipilih. Content plan ini difikirkan sebagai perencanaan pengembangan konten yang dilakukan agar tujuan akhir pembuatan konten bisa tercapai. Selain itu juga, content plan sangat penting dilakukan untuk meningkatkan awareness, maka dari itu pembuatan content strategy sebelum content plan juga sangat penting.

Gambar 12 Alur Content Plan



Sumber: diolah oleh penulis

Content plan ini biasanya dibuat oleh tim konten atau pengelola platform untuk memastikan bahwa konten yang disajikan berkualitas, relevan, dan sesuai dengan tujuan atau strategi komunikasi yang telah ditetapkan. Content plan biasanya berisi informasi tentang topik konten, format konten, jadwal publikasi, serta target audiens yang ingin dicapai. Content plan juga dapat mencakup rencana promosi atau distribusi konten untuk meningkatkan reach atau engagement dari audiens. Content plan dapat dibuat secara terstruktur dengan menggunakan template atau software khusus, atau secara tidak terstruktur dengan menggunakan catatan atau notes.

2. Riset seputar topik

Dalam membuat konten literasi diperlukan riset seputar topik dan juga narasumber agar semua informasi yang akan disampaikan tidak ada kesalahan. Riset adalah proses sistematis untuk mengumpulkan dan menganalisis data untuk memperoleh informasi baru atau memperkuat hipotesis yang ada. Riset dapat dilakukan pada berbagai bidang, seperti ilmu pengetahuan, teknologi, sosial, dan lain-lain, tergantung pada topik yang diteliti. Riset biasanya dilakukan melalui tahapan-tahapan yang

terstruktur, seperti menentukan tujuan dan hipotesis riset, mengumpulkan dan menganalisis data, dan menarik kesimpulan dari hasil riset.

Jadi bukan hanya headline yang kuat, tetapi isi konten juga harus lebih kuat.

3. Verifikasi tim

KPU Kota Semarang sebagai lembaga yang memiliki tim sendiri yang memegang kendali di dalam urusan media. Setelah menentukan topik dan riset langkah selanjutnya yaitu verifikasi oleh semua tim dalam semua bidangnya masing-masing. Verifikasi tim juga dapat dilakukan untuk memastikan bahwa anggota tim memiliki komitmen yang kuat

terhadap tugas yang akan dikerjakan, serta memiliki sikap dan nilai yang sesuai dengan tim tersebut.

4. *Editing*

Editing merupakan proses memperbaiki, mengubah, atau mengatur teks, suara, gambar, atau video agar sesuai dengan standar atau tujuan tertentu. Editing biasanya dilakukan oleh editor, yang merupakan profesi yang memiliki keahlian dalam mengatur konten agar sesuai dengan standar atau tujuan yang ditetapkan. KPU Kota Semarang memiliki tim khusus untuk editing. Editing di dalam KPU kota Semarang ditugaskan untuk menangani berbagai jenis konten, seperti buku, artikel, laporan, dan lain-lain. Editing juga dapat dilakukan secara manual atau dengan menggunakan perangkat lunak editing, seperti Adobe Photoshop untuk gambar atau Adobe Premiere untuk video. Selain itu, *editing* dalam video untuk sebuah konten youtube KPU Kota Semarang merupakan proses klip-klip video hasil proses shooting, dimana seorang editor harus memilih dan memilah, menyuting gambar atau video dengan cara *cut to cut* dan kemudia dijadikan satu video yang utuh dan baik untuk

disebarkan dan ditonton.

5. *Approval* Pimpinan

Approval atau persetujuan yang ditujukan pada pimpinan, mengingat KPU Kota Semarang merupakan sebuah instansi yang memiliki struktur organisasi. Setelah melalui proses editing dan video telah selesai dibuat, tidak lupa mengajukan approval kepada pimpinan. Approval pimpinan biasanya diperlukan untuk memastikan bahwa rencana atau kegiatan tersebut sesuai dengan visi, misi, dan strategi organisasi, serta memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan. Approval pimpinan juga dapat digunakan untuk memastikan bahwa rencana atau kegiatan tersebut telah melalui proses perencanaan yang matang dan telah mendapatkan dukungan dari pihak-pihak terkait. Jika telah disetujui oleh pimpinan maka video atau konten siap di upload dan disebar luaskan.

6. *Upload*

Berbicara mengenai media tidak luput dengan kegiatan mengunggah atau yang sering disebut dengan kata *upload*. Upload yang dilakukan KPU Kota Semarang merupakan proses mengirimkan file atau data dari perangkat komputer atau perangkat seluler ke server atau layanan penyimpanan online. Ini biasanya dilakukan untuk membagikan file atau data dengan orang lain, menyimpan file atau data secara online, atau untuk mengakses file atau data dari berbagai perangkat yang terhubung ke internet. Upload juga dapat dilakukan untuk mengirimkan file atau data ke layanan *cloud computing*, seperti *Google Drive* atau *Dropbox*, yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mengakses file atau data dari mana saja.

Jadi ditemukan bahwa ada lima fase sebelum konten literasi politik itu *terupload*, yaitu: penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan. Sehingga *Content Plan* hingga ketahap *approval* pimpinan dan

kemudian *diupload* yang dilakukan KPU Kota Semarang termasuk dalam sebuah proses awal atau tahapan komunikasi politik melalui pembuatan konten, *content plan* ini dibuat agar konten yang dihasilkan lebih terstruktur dan menarik untuk bahan literasi yang nantinya akan diupload dalam berbagai *platform* media sosial. Kemudian, adanya proses dari content plan hingga tahap *upload* ini membuat informasi tentang Pendidikan politik dapat diterima baik, dan cepat oleh seluruh masyarakat.

BAB V ISU DAN WACANA LITERASI POLITIK

A. Isu dan Wacana Literasi Politik

1. Isu Terkait Miss-Informasi Berita Bohong (Hoax) dalam Literasi Politik

Isu atau rumor atau yang dapat disebut dengan desas desus merupakan sebuah masalah yang belum terpecahkan yang siap diambil keputusannya. Isu merepresentasikan suatu kesenjangan antara praktik korporat dengan harapan para pemangku kepentingan. Berdasarkan definisi yang telah disebutkan maka isu merupakan hal yang terjadi baik di dalam maupun diluar suatu organisasi atau lembaga yang apabila tidak ditangani secara baik akan memberikan efek yang negative dan berlanjut pada tahap kritis. Menurut Gaut dan Ollenberg (1995), mengklasifikasikan isu kedalam dua jenis, pembagian isu ini berdasarkan sumber dari isu , sebagai berikut:

1) Isu Internal yang bersumber dari internal organisasi, hal ini biasanya hanya diketahui oleh pihak manajemen anggota organisasi lainnya. Isu internal ini meliputi,

a. *Cyber Bullying* yang dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk dari ekspresi pendapat publik terhadap sosok baik itu perusahaan ataupun figure yang bersifat menjatuhkan atau mengundang opini buruk atau negative yang disebarkan atau dituliskan melalui media digital seperti sosial media.

KPU sebagai lembaga public yang bertugas memberitakan apa yang direncanakan, dilakukan, laporan hasil kegiatan serta informasi pertanggungjawaban keuangan, tidak ada masalah isu terkait *cyber bullying*. Hal ini ditegaskan langsung oleh ibu Novi bahwa:

“KPU kan lembaga yang memberikan informasi politik atau kepemiluan untuk publik, jadi dalam Lembaga juga saya rasa tidak ada bully-bully dari figure atau siapapun yang berusaha menjatuhkan. Kita juga lembaga independent jadi tidak ada seperti itu”

2) Isu isu eksternal yang mencangkup peristiwa atau fakta yang berkembang di luar organisasi atau lembaga yang berpengaruh, secara langsung dan tidak langsung.

a. *Hoax* atau berita tidak benar atau palsu yang merupakan suatu cerita bohong, informasi yang palsu, yang bertujuan untuk mempermainkan, memperdaya dan menipu. Hoax biasa digunakan unntuk tujuan lelucon namun sering kali dipakai untuk tujuan yang serius. Misalnya dalam dunia politik, hoax yang digunakan untuk pencitraan atau untuk menjatuhkan citra seseorang maupun suatu kelompok.

Pada penelitian yang dilakukan melalui media sosial yang dimiliki oleh KPU Kota Semarang terkhusus media sosial *Websitenya*, sering kali mengunggah berita dan informasi untuk mencegah adanya berita palsu atau hoax yang berkembang dalam masyarakat. Beberapa konten yang diberikan oleh KPU Kota Semarang untuk menghalau adanya berita palsu atau hoax adalah sebagai berikut:



Gambar 13 Website KPU Kota Semarang

Beberapa bentuk konten yang diunggah oleh KPU Kota Semarang untuk menghindari adanya penyebaran *Hoax* dikalangan masyarakat adalah

dengan konten “Fakta Pemilu”. Dalam konten tersebut KPU Kota Semarang semakin menegaskan mengenai pemilu yang akan dilaksanakan. Dalam unggahan media sosialnya melalui website KPU Kota Semarang menyanggah beberapa statement yang tersebar dikalangan masyarakat seperti berita hoax yaitu “KPU Kota Semarang memasukkan orang gila kedalam DPT”. Dimana isu ini secara tegas dibatah oleh KPU Kota Semarang melalui unggahan nya.



Gambar 14 Website KPU Kota Semarang

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti melalui hasil observasi mengenai media social milik KPU Kota Semarang secara langsung membantah berita berita palsu atau miss infomasi yang berlangsung atau tersebar dikalangan masyarakat secara langsung dan tanggap yaitu melalui unggahan terkait berita tersebut dengan fakta yang benar dan akurat agar masyarakat tidak termakan oleh berita palsu.

2. Wacana Literasi Politik KPU Kota Semarang

Dalam wacana komunikasi sebutan *new media* ini merupakan istilah untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Media baru merupakan perkembangan baru dari media-media yang sudah ada. Karakternya yang berupa digital memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam bertukar informasi atau kegiatan lainnya. Dalam kajian komunikasi media, televisi, radio, majalah, dan koran digolongkan menjadi media lama, dan media internet yang

mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai media baru (Hamidati).

Wacana adalah kegiatan komunikasi, yang substansinya tidak terlepas dari kata, bahasa, rangkaian ujar atau rangkaian tindak tutur yang mengungkapkan suatu hal berupa subjek yang disajikan secara teratur, sistematis, dalam suatu kesatuan yang koheren, dibentuk oleh unsur segmental maupun nonsegmental bahasa. Dengan demikian wacana merupakan proses komunikasi, yang menggunakan simbol-simbol, yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa, di dalam sistem kemasyarakatan yang luas.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditemukan bahwa informan yang memberikan penjelasan mengenai wacana komunikasi dan isu yang diangkat sebagai konten dari adanya literasi politik. Isu dan wacana literasi politik tidak dapat terlepas dari peranan media sosial hal ini dibuktikan dengan tingginya persentase pengguna media sosial dengan rentan usia yang mencukupi untuk sasaran dari adanya penyerabaran wacana dan isu literasi tersebut. KPU Kota Semarang yang memiliki banyak media sosial diantaranya *Facebook, Instagram, Youtube, Twitter* dan *Website* yang memiliki tugas nya masing masing dalam penyebaran isu serta wacana literasi politik, hal ini selaras dengan pendapat yang disampaikan oleh Wardaningsih yaitu:

“KPU memilih media sosial sebagai perantara informasi kepemiluan yang menurut kami sangat cepat dan fleksibel. Terlebih masyarakat saat ini pasti tidak pernah lepas dari penggunaan internet untuk kesehariannya.”(Wardaningsih, wawancara, 9 Juni 2022).

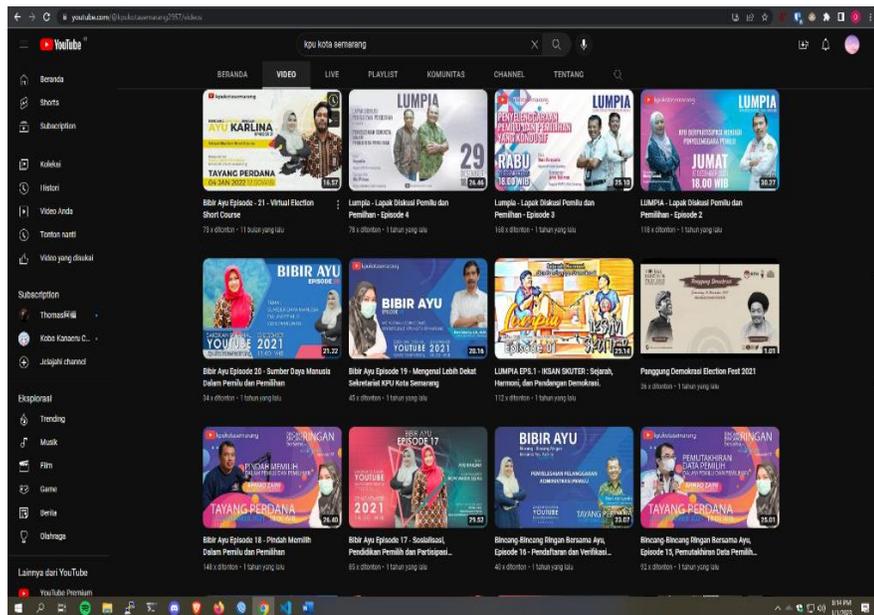
Pemanfaatan media sosial dalam praktik literasi politik digital perlu dilakukan sebaik mungkin. Karena, melihat bahwa sekarang di era *new media* seluruh masyarakat khususnya para pemuda tidak dapat terlepas dari yang namanya media sosial. Setiap media sosial yang dimiliki oleh KPU Kota Semarang memiliki fungsi dan sasaran yang berbeda, yaitu sebagai berikut

1. Youtube

Selain efektif dalam penggunaan *youtube* sebagai praktik literasi politik keunggulan penggunaan *youtube* sebagai media pembelajaran disisi lain juga

terlihat dari interaksi antar pengguna dalam kolom komentar disebuah konten pembelajaran. Dalam hal ini *youtube* dapat dikatakan sebagai salah satu media alternatif sebuah pembelajaran secara digital di era teknologi yang canggih dan modern.

“youtube sebagai media bahan ajar juga memiliki efek positif dalam praktik literasi politik. Ada pandangan positif, baik dari masyarakat khususnya remaja-remaja yang kesehariannya itu selalu berdampingan sama medsos ya, nah ini menandakan bahwa pemanfaatan medsos, youtube sebagai tempat menyalurkan informasi kepemiluan sangat efektif.”(Lindha, wawancara, 10 Juni 2022).



Gambar 15 Bukti Media Sosial Youtube KPU Kota Semarang

Media sosial Youtube yang dimiliki oleh KPU Kota Semarang memiliki beberapa konten, konten yang diangkat juga berkesimbungan dengan isu dan wacana mengenai literasi politik untuk menunjang pemilu yang akan dilaksanakan pada tahun 2024. Dalam media sosial Youtube KPU Kota Semarang yang memiliki hampir 1000 subscribers ini sering kali membagikan atau membuat konten-konten yang memiliki isu-isu mengenai literasi politik,

baik itu dalam bentuk podcast, serial acara hingga video video edukasi. Hal ini dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat secara luas.

Berdasarkan data yang diperoleh pada media sosial *youtube* telah banyak konten-konten yang bertema literasi pendidikan seperti di antaranya konten “BIBIR AYU” yang membawakan tema mengenai semua hal yang berhubungan dengan pendidikan politik menjelang pemilu 2024. Mulai dari perencanaan atau penyelenggaraan, skema kampanye, administrasi menjelang pemilu, pendaftaran parpol dan tidak lupa juga wacana sosialisasi pendidikan politik untuk pemula, dengan total 1.200 viewers. Kemudian masih ada konten youtube yang memiliki kesinambungan dengan isu serta wacana literasi politik lainnya.

Episode	Headline
11	Teknis penyelenggara pemilu dan pemilihan 2024
12	Persiapan penyelenggaraan menjelang pemilu dan pemilihan th 2024
13	Kupas tuntas tentang kampanye pada pemilu dan pemilihan 2024
14	Penyelesaian penyelenggaraan administrasi pemilu
15	Pemuktahiran data pemilih dalam pemilu dan pemilihan 2024
16	Pendaftaran dan verifikasi parpol pemilu 2024
17	Sosialisasi, pendidikan pemilih dan partisipasi masyarakat
18	Pindah memilih dalam pemilu dan pemilihan serentak 2024

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti hampir secara keseluruhan konten media sosial yang di upload di *Youtube* KPU Kota Semarang mengarah pada pembahasan isu serta wacana mengenai literasi pendidikan politik.

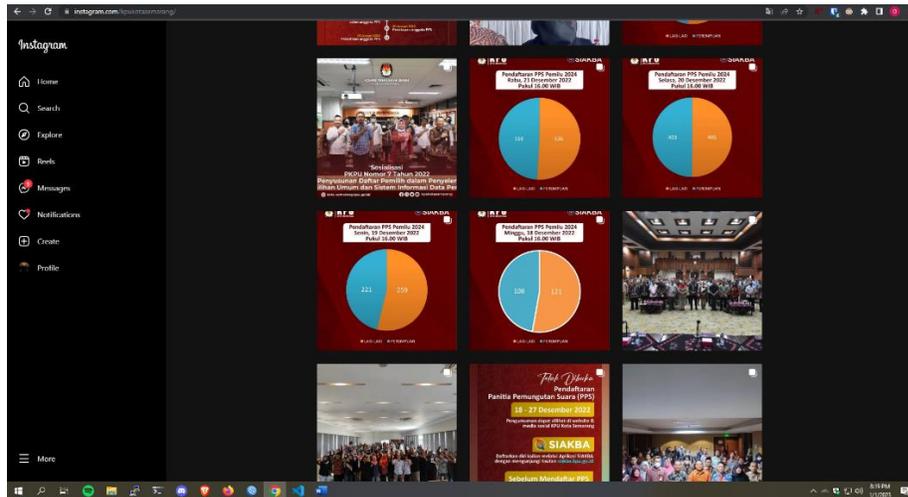
Menghadapi pemilihan umum yang akan dilaksanakan ditahun 2024 mendatang pihak dari KPU Kota Semarang dalam wawancaranya menyampaikan;

“Kami nantinya juga akan membuat konten serupa dengan pemilihan walikota seperti sebelumnya, namun nantinya akan ada yang berbeda yaitu podcast yang akan membawakan isu-isu yang berkesinambungan dengan pemilihan umum atau Pemilu ditahun 2024 mendatang”

Dengan demikian pembuatan isu serta wacana yang dilaksanakan oleh KPU Kota Semarang telah mengarah pada literasi politik yang selaras dengan tujuan adanya media sosial ini.

2. *Instagram*

Instagram atau yang dapat disingkat dengan IG atau Isnta merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Selain kegunaan dari *Instagram* yang telah diteliti diatas, *Instagram* memiliki kegunaan lain terkhusus dalam penyebaran informasi informasi seperti informasi berupa isu serta wacana mengenai literasi politik. Dalam perkembangan *Instagram* saat ini telah digunakan dalam berbagai bidang seperti diantaranya dalam bidang politik. KPU Kota Semarang memanfaatkan aplikasi *Instagram* untuk membagikan informasi informasi mengenai isu serta wacana politik terkhusus seperti yang diketahui negara Indonesia sendiri sebentar lagi akan melaksanakan pemilihan umum atau Pemilu tahun 2024.



Gambar 16 Laman Media Sosial Instagram KPU Kota Semarang.

Pada penelitian yang dilakukan di KPU Kota Semarang beberapa data didapatkan oleh peneliti yang berkaitan dengan pengelolaan media social ini sebagai salah satu sarana dalam membagikan isu serta wacana dengan tema literasi politik. Berdasarkan data yang didapatkan laman media sosial Instagram ini digunakan untuk membagikan beberapa foto foto kegiatan yang dilaksanakan oleh KPU Kota Semarang. Namun tentu saja tidak berhenti sampai disana, dengan kelebihan dari Instagram sendiri KPU Semarang juga dapat membagikan konten konten edukasi mengenai literasi politik dengan lebih menarik yaitu dengan menggunakan foto foto dan juga video yang nantinya dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara mudah.

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti mengenai konten media sosial Instagram sebagai bahan literasi yang diunggah pada jenzang waktu Januari-Desember 2022 di laman Instagram milik KPU Kota Semarang sebagai berikut :

No.	Tanggal Postingan	Tema Postingan	Bentuk
1.	25 Januari 2022	Hari pemungutan suara pemilu 2024	Infografis

2.	28 Januari 2022	Tanggal pelaksanaan pemilu 2024	Video
3.	3 Februari 2022	Informasi kepemiluan 2024	Video
4.	24 Februari 2022	Pentingnya partisipasi pemilih dalam pemilu serentak 2024	Video
5.	24 Februari 2022	Informasi aplikasi yang digunakan dalam pemilu 2024	Video
6.	25 Februari 2022	Berpartisipasi dalam pemilu 2024	Poster
7.	13 Mei 2022	Video asas pemilu	Video
8.	20 Mei 2022	Video akun-akun media sosial kpu	Video
9.	06 Juni 2022	Sosialisasi Pendidikan pemilih	Video
10.	29 Juli 2022	Informasi pendaftaran parpol calon peserta pemilu 2024	Poster
11.	30 Juli 2022	Informasi siaran pers pendaftaran parpol calon peserta pemilu 2024	Teks (screenshot)
12.	23 November 2022	Jumlah dukungan minimal pemilih dan sebaran sebagai pemenuhan persyaratan dukungan minimal pemilih untuk bakal calon perseorangan peserta Pemilu Anggota DPD Tahun 2024	Poster
13.	23 November 2022	Pengumuman rancangan penataan dapil & alokasi kursi	Poster

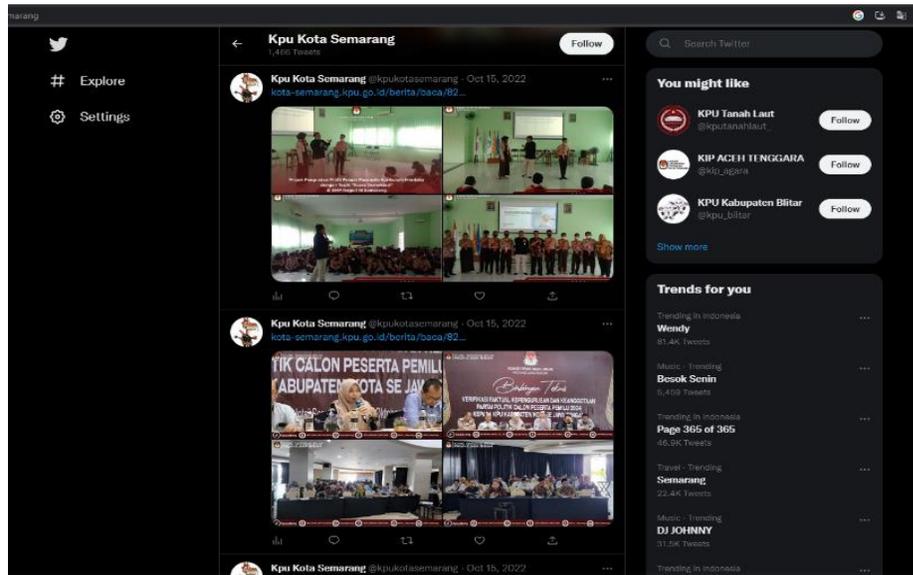
		anggota DPRD Kota Semarang Pemilu 2024	
--	--	---	--

Berdasarkan data hasil unggahan konten yang diunggah di media social KPU Kota Semarang terdapat beberapa konten yang telah peneliti rangkum dengan tema unggahan mengenai isu serta wacana untuk politik dengan fokus pemilihan umum yang akan dilaksanakan ditahun 2024 mendatang. Dalam unggahannya KPU Kota Semarang mengarahkan fokusnya pada unggahan unggahan isu serta wacana dan juga informasi secara mendetail agar lebih mudah dipahami. Berdasarkan persentase unggahan di setiap media social KPU Kota Semarang media sosial *Instagram* inilah yang memiliki intensitas tinggi dalam membagikan unggahannya. Dengan demikian dalam satu tahun terakhir ini KPU Kota Semarang mengarahkan informasi mengenai isu dan wacana yang sejalan dengan literasi politik terkhusus dengan Pemilihan Umum tahun 2024 mendatang.

3. *Twitter*

Twitter merupakan sebuah layanan jejaring social atau media social yang dapat mengirimkan dan membaca tweet atau postingan berupa teks, link, gambar dan juga video. Saat ini dengan semakin berkembangnya media social terutama media social twitter yang memiliki pengguna yang tersebar diseluruh penjuru Indonesia, hal ini menjadi salah satu factor yang tidak dapat terbantahkan apabila twitter merupakan media social dengan tingkat penyebaran berita yang paling cepat apabila dibandingkan media social lainnya.

Penelitian yang dilaksanakan di KPU Kota Semarang mendata apabila media sosial twitter ini digunakan oleh KPU Kota Semarang sebagai sarana untuk membagikan beberapa link berita yang update serta actual dimana konten yang diangkat tidak jauh berbeda dari literasi politik serta pemilihan umum yang akan dilaksanakan pada tahun 2024 mendatang.



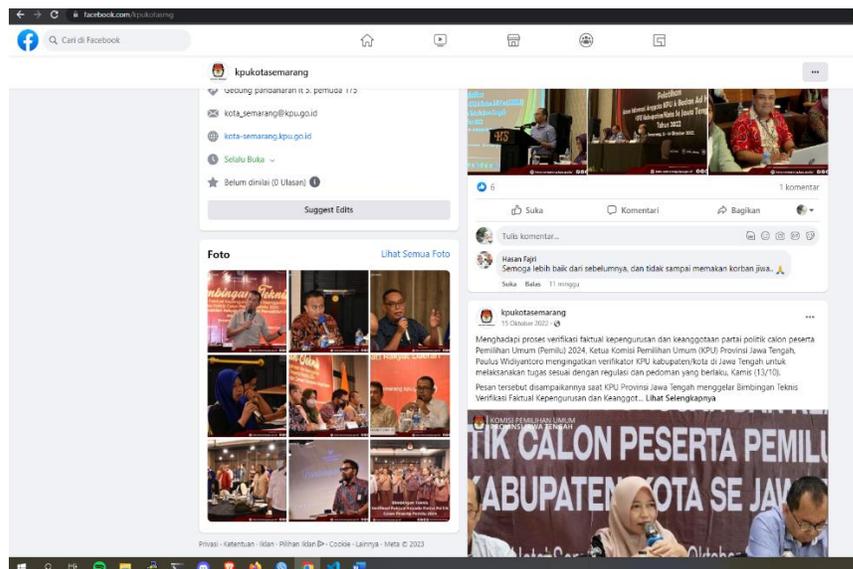
Gambar 17 Laman Media Sosial Twitter KPU Kota Semarang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti secara observasi dengan mengunjungi laman media social twitter milik KPU Kota Semarang ini, didapatkan beberapa temuan yaitu KPU Kota Semarang dapat dikatakan aktif dalam membuat postingan atau yang lebih dikenal dengan *Tweet* yang memiliki tema atau bahasan yaitu literasi politik. Selain itu KPU Kota Semarang melalui laman media sosial *Twitter* nya juga membagikan beberapa foto foto kegiatan yang dapat dilihat oleh masyarakat secara luas, namun tidak berhenti sampai disitu KPU Kota Semarang juga membagikan beberapa link-link berita terkini dengan pokok pembahasannya berupa isu serta wacana mengenai literasi politik. Dengan demikian KPU Kota Semarang memanfaatkan media social *Twitter* sebagai salah satu media penyebaran pendidikan mengenai isu dan wacana dari literasi politik dan juga informasi untuk Pemilihan Umum atau Pemilu di tahun 2024 mendatang.

4. Facebook

Facebook dapat didefinisikan sebagai sebuah layanan jejaring social dimana pengguna dari *facebook* ini dapat mengupdate status, berkomentar,

memberikan like atau suka, dan masih banyak fitur lainnya. Pengertian dari facebook sendiri secara umum adalah situs atau aplikasi jejaring social atau media sosial. Penelitian yang dilaksanakan di KPU Kota Semarang mendata apabila media sosial *facebook* ini digunakan oleh KPU Kota Semarang sebagai sarana untuk membagikan beberapa foto kegiatan yang terlaksana di KPU Kota Semarang.



Gambar 18 Laman Media Sosial Facebook KPU Kota Semarang

Berdasarkan pada penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti dengan metode observasi yaitu mengunjungi laman media sosial *Facebook* milik KPU Kota Semarang ini temukan apabila intensitas penggunaan pada laman media sosial ini masih cenderung kurang, tentu saja hal ini perlu untuk menjadi pertimbangan serta perbaikan bagi KPU Kota Semarang itu sendiri. Karena seperti yang kita ketahui media sosial *Facebook* merupakan media sosial dengan pengguna paling banyak serta memiliki pengguna dengan rentan umur paling beragam, oleh karena itu KPU Kota Semarang perlu untuk menghidupkan atau mengaktifkan kembali media sosial *Facebook* ini sebagai salah satu sarana untuk membagikan isu serta wacana mengenai literasi politik

terutama untuk pemilihan umum ditahun 2024.

5. Website

Website merupakan suatu dokumen berupa kumpulan halaman web yang saling terhubung dan isinya terdiri dari berbagai informasi baik dalam bentuk teks, suara, gambar, video dan masih banyak lagi. Website tersusun dari beberapa halaman halaman yang menggunakan teknologi web dan saling berkaitan satu sama lain, sedangkan pengertian lain yang menyebutkan apabila website adalah serangkaian atau sejumlah halaman web yang ada di internet yang memiliki topik saling berkaitan untuk mempresentasika suatu informasi (Ginanjar, 2014).

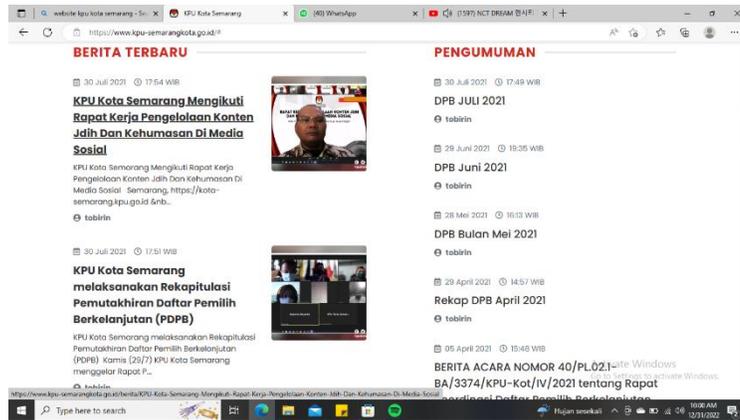
Penelitian yang dilaksanakan di KPU Kota Semarang mendata apabila media social website ini digunakan oleh KPU Kota Semarang sebagai sarana untuk membagikan beberapa link berita yang update serta actual dimana konten yang diangkat tidak jauh berbeda dari literasi politik serta pemilihan umum yang akan dilaksanakan pada tahun 2024 mendatang.



Gambar 19 Laman Media Sosial *Website* KPU Kota Semarang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui metode observasi dengan mengunjungi laman media social website yang dimiliki oleh KPU Kota Semarang, peneliti menemukan beberapa menu didalam website

tersebut. Selain itu dalam website yang dimiliki oleh KPU Kota Semarang sendiri juga mencantumkan atau menyediakan berita-berita terbaru.



Gambar 20 Laman Media Sosial *Website* KPU Kota Semarang

Dalam media social yang dimiliki oleh KPU Kota Semarang ini berisikan beberapa berita-berita yang memiliki keterkaitan dengan isu dan wacana mengenai literasi politik yang setiap kontennya dikemas dengan baik agar lebih mudah untuk ditemukan oleh pengunjung website tersebut. Selain memiliki beberapa berita-berita terbaru, dalam website nya KPU Kota Semarang juga menghadirkan beberapa konten seperti deadline atau tanggal-tanggal yang memiliki kesinambungan dengan wacana politik, serta penampilan dari website yang menarik.

Selain lampiran yang disampaikan oleh peneliti diatas masih ada beberapa berita yang diunggah di media social websitenya, yang dilampirkan sebagai berikut:

No.	Tanggal Posting	Tema
1.	7 Januari	Urgensi Pemilu dan Pelibatan Masyarakat
2.	Januari 21	Penyelesaian Pelanggaran Pemilu dan Pemilihan Serta Antisipasinya
3.	Maret 8	Upaya Mitigasi Partisipasi Pemilih di Kelurahan Pleburan

4.	Maret 24	Digitalisasi Pemilu untuk Digitalisasi Indonesia
5.	Juni 24	KPU RI resmi luncurkan situs Sistem Informasi Partai Politik
6.	Juni 27	Eksistensi nilai-nilai demokrasi menuju penyelenggaraan pemilu serentak 2024
7.	Agustus 19	Warga Kuningan Berharap Pemilu 2024 Hasilkan Partisipasi Tinggi dan Kerawanan Rendah
8.	Agustus 26	Menciptakan Pemilu Yang Demokratis
9.	Agustus 29	Pendidikan Pemilih: Suara Demokrasi di Lingkungan Sekolah
10	Agustus 31	Peran Pelajar Dalam Pemilu
11	September 12	KPU Kota Semarang Tuntaskan Sinkronisasi Data Pemilih Meninggal Dunia Dari KPU RI
12	Oktober 7	Generasi Milenials dan Gen Z Optimis Sistem Politik Indonesia Akan Membaik
13	Oktober 14	Praktik Demokrasi Harus Dilatih Dari Lingkungan Keluarga, Masyarakat, dan Sekolah
14	Oktober 21	Pemilu Mudah, Menyenangkan dan Berbasis Teknologi
15	November 7	KPU Butuh Formulasi untuk Digitalisasi dan Dokumentasi Hasil Pemilu
16	November 25	Mahasiswa Perlu Manfaatkan Pemilu Sebagai Diferensiasi Keahlian
17	Desember 29	OPD Kota Semarang Apresiasi Pelaksanaan Tahapan Pemilu 2024

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti mengenai data berita yang diunggah oleh KPU Kota Semarang di media social Website nya, dapat

dikatakan apabila hampir secara keseluruhan konten berita yang diunggah mengarah pada pemilihan umum yang akan dilaksanakan tahun 2024 mendatang. Isu dan wacana yang dibawakan pada website KPU Kota Semarang ini mengengkkat mengenai literasi politik yang menjurus pada konteks pemilihan umum. Hal ini dilakukan oleh KPU Kota Semarang yaitu guna mengedukasi dan memberikan pembelajaran serta berita yang actual dan update kepada masyarakat.

Selain berita-berita yang diunggah per Januari 2022 pada media sosial *website* KPU Kota Semarang ini, namun juga ada beberapa informasi penting atau pengumuman yang dicantumkan oleh KPU Kota Semarang, yang didata oleh peneliti sebagai berikut:

No.	Tanggal	Tema
1.	31 Januari 2022	Daftar Pemilih Berkelanjutan KPU Kota Semarang Periode Januari 2022
2.	25 Februari 2022	Daftar Pemilih Berkelanjutan KPU Kota Semarang Periode Februari 2022
3.	30 Maret 2022	Daftar Pemilih Berkelanjutan KPU Kota Semarang Periode Maret 2022
4.	31 Maret 2022	Pengumuman Lelang Nomor 290/RT.01.3-Pu/3374/2022 BMN KPU Kota Semarang
5.	14 April 2022	Pengumuman Lelang Nomor 325/RT.01.3-Pu/3374/2022
6.	31 Mei 2022	Daftar Pemilih Berkelanjutan KPU Kota Semarang Periode Mei 2022
7.	22 Juni 2022	Daftar Pemilih Berkelanjutan KPU Kota Semarang Periode JUNI 2022

8.	27 Juni 2022	SIARAN PERS: Sosialisasi PKPU 4/2022 tentang Pendaftaran, Verifikasi dan Penetapan Parpol Pemilu 2024
9.	20 November 2022	PENGUMUMAN PENDAFTARAN BADAN ADHOC
10.	22 November 2022	Ralat Pengumuman tentang Seleksi Calon Anggota PPK Pemilu 2024
11.	23 November 2022	Pengumuman Nomor: 1068/PL.01.3-Pu/3374/2022 Tentang Rancangan Penataan Dapil Dan Alokasi Kursi Anggota DPRD Kota Semarang Dalam Pemilu 2024
12.	2 Desember 2022	Penetapan Hasil Seleksi Administrasi Calon Panitia Pemilihan Kecamatan
13.		Ralat Pengumuman Nomor : 1105/PP.04.1-Pu/3374/2022 Hasil Seleksi Administrasi Calon ppk
14.	8 Desember 2022	Penetapan Hasil Seleksi Tes Tertulis CAT Calon PPK Kota Semarang untuk Pemilu 2024
15.	15 Desember 2022	Penetapan Hasil Seleksi PPK Kota Semarang untuk Pemilu 2024
16.	18 Desember 2022	Pengumuman Nomor 1184/PP.04.1-Pu/3374/2022 tentang Seleksi Calon Anggota Panitia Pemungutan Suara
17.	23 Desember 2022	Perubahan Jadwal Pendaftaran PPS Pemilu 2024

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti dan dituliskan dalam tabel

diatas dapat dikatakan apabila website KPU Kota Semarang tidak hanya memberikan unggahan berita saja namun juga berupa pengumuman *deadline*. Beberapa *deadline* yang masukkan dalam media social KPU Kota Semarang ini hampir secara keseluruhan berupa tenggat dan waktu menjelang pemilihan umum. Konten yang diunggah ini mengarah pada unggahan yang berhubungan dengan isu serta wacana mengenai literasi politik untuk pemilihan umum tahun 2024 mendatang.

3. Sasaran Isu dan Wacana Literasi Politik Melalui Media Sosial KPU Kota Semarang

Sasaran merupakan tingkat tingkat atau dapat disebut dengan poin-poin untuk mencapai suatu tujuan. Berdasarkan penelitian dan pemaparan data atas, maka peneliti menemukan beberapa sasaran dari fokus yang dilakukan oleh KPU Kota Semarang dalam memberikan pendidikan literasi politik dengan media sosial.

Melalui penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan metode wawancara, observasi dan studi lapangan, maka peneliti dapat menyimpulkan apabila dalam penggunaan media sosial ini sebagai sarana dalam penyebaran isu serta wacana untuk literasi politik berupa *facebook* maka sasaran yang dicangkup dapat berasal dari kalangan generasi Z atau generasi dengan usia yang sudah tua, namun kelemahannya ialah pihak dari KPU Kota Semarang tidak berpartisipasi aktif dalam mengelola media sosial *facebook* ini.

Kemudian untuk media sosial *Instagram* dan *Twitter* dengan konten media yang menarik yaitu pembawaan isu dan wacana yang dikemas dengan baik maka dapat menarik minat dari genenari *Millenial* atau generasi dengan rentan usia 17 tahun keatas namun dibawah usia 50 tahun. Hal ini disebabkan karena kebanyakan anak muda atau generasi muda yang memiliki intensitas penggunaan media sosial dalam skala tinggi setiap harinya. Konten atau bentuk dari isu dan wacana yang diberikan dapat berupa postingan, meme atau gambar gambar yang menarik serta berita yang diupdate setiap harinya.

Berdasarkan media yang sleanjutnya ialah media sosial *Website* serta *Youtube*

yang dimiliki oleh KPU memiliki sasaran untuk seluruh kalangan tanpa memandang usia. Bentuk dari wacana serta isu yang digunakan berupa berita-berita terkini serta video-video menarik yang dapat berupa konten podcast dengan topik pembawaan berupa isu politik dan juga wacana politik. Serta melalui media sosial *Youtube* dan *Website* yang dimiliki oleh KPU dapat menjadi wadah atau sarana bagi KPU untuk membagikan informasi mengenai pemilihan umum atau Pemilu yang akan dilaksanakan pada tahun 2024.

Jadi dapat dikatakan bahwa literasi tentang Pendidikan politik yang dilakukan KPU Kota Semarang melalui media sosial berhasil dilakukan hal ini dibuktikan oleh fakta pengguna media sosial yang terus bertambah dan, pemanfaatan media sosial ini dapat membuka sebuah ruang diskusi politik kedepannya dengan sasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan juga pengguna dari media sosial itu sendiri.

Pendidikan sosialisasi politik ini muncul karena melihat masyarakat yang butuh Pendidikan politik, serta informasi-informasi, isu dan wacana tentang kepemiluan. Adanya sosialisasi melalui literasi ini agar menjadikan masyarakat yang dapat mengembangkan sikap, nilai, keyakinan, pendapat, dan perilaku yang kondusif untuk menjadi warga negara yang baik di negaranya.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan teori yang telah dijabarkan serta melihat dari fakta yang dicari melalui hasil wawancara dan data analisa, maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa dalam proses literasi digital melalui media sosial KPU Kota Semarang, mampu menciptakan konten yang kreatif dan inovatif. Pengembangan Pendidikan literasi politik melalui media sosial telah diterapkan sebagai peningkatan literasi digital serta menciptakan masyarakat yang berjiwa politik, kritis, dan komunikatif.

Lalu pada penggunaan media sosial yang dipakai dalam aktivitas sehari-hari, dengan tetap memiliki tujuan literasi politik supaya literasi digital tetap selalu diutamakan dan dipergunakan baik oleh masyarakat khususnya para remaja.

B. Saran

Setelah observasi dilapangan terkait hal bentuk sosialisasi pendidikan politik literasi melalui media sosial KPU Kota Semarang, diharapkan KPU Kota Semarang dapat terus menciptakan konten literasi digital yang menarik dengan terus mengimplementasikan eksistensi manajemen sosialisasi serta tim kreatif KPU Kota Semarang. Penulis juga mengharap saran serta kritik dalam penulisan skripsi ini.

Daftar Pustaka

Referensi Buku

- Andriadi, F. (2017). *Partisipasi Politik Virtual; Demokrasi Netizen di Indonesia*. Jakarta: RMBOOKS.
- Bakri A, F. (n.d.). *Literasi Politik dan Konsolidasi Demokrasi*. Jakarta: Churia Press.
- Furchan, A. (2007). *Penelitian Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hamidati, A. (n.d.). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Jakarta.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Huberman, M. d. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Juwandi, R., Nurwahid, Y., & Ayu, L. (2019). Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan Politik Untuk Mengembangkan Literasi Digital Warga Negara. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP Untirta*.
- Karg, T; Braesel, S. (2017). *Edition DW Akademie | Media and Information Literacy: A Practical Guidebook for Trainers (H. Walsh, Ed.)*. Germany: Deutsche Welle.
- Kartono, K. (1996). *Pendidikan Politik*. Bandung: Mandar Maju.
- Kharisma, D. (2014). Peran Pendidikan Politik Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Muda.
- Liliwari, Alo. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prana Media.
- Littlejohn, W Stephen. (1998). *Theoris of Communication*. USA: Wardwoths publishing company.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Monggilo, Muda, Z., & dkk. (2021). *Modul Cakap Bermedia Digital*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika, Japelidi, Siberkreasi.
- Rakhmadani, R., & Navisa, N. (2020). Strategi Sosialisasi Politik Virtual Pasangan Calon pada Pemilihan Umum Raya Badan Eksekutif Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, Vol. 24 No.1.
- Ruslan, U. A. (2000). *Pendidikan Politik Ikhwanul Muslimin. Terjemahan Jasiman, dkk*. Solo: Era Intermedia.
- Sidik, S. (2013). Dampak Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) terhadap Perubahan Hukum dan Sosial dalam Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Widya*, 1-7.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sulianta, F. (2020). *Literasi Digital, Riset, dan Perkembangannya dalam Perspektif Sosial Studies*. Bandung: Published.
- Surbakti, Ramlan. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.
- Sutrisman, D. (2019). *Pendidikan Politik, Persepsi Kepemimpinan, Dan Mahasiswa*. Depok: Guepedia Publisher.
- Syamsuddin, R. (n.d.). *Analisis Wacana*. Makasar: CV. Samudra Alif-Mim.
- Tanzah, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Taufiq, M. (2018). Sosialisasi politik virtual dalam pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018: studi sosialisasi politik pada pemilih millennial melalui media sosial Komisi Pemilihan Umum Kota Surabaya. *Digital Library Uin Sunan Ampel*.
- Tosepu, Yusrin Ahmad. (2017). *Media Baru Dalam Komunikasi Politik*. Makasar. Wiley. (2014). *Social Media, Sociality, and Survey Research*. New Jersey US: Jon Wiley & Sons, Inc.

Referensi Jurnal

- Aminudin, A., Afdjani, H., Rosita, R., Sumardi, E., & Umaimah, W. (2020). Penyuluhan Partisipasi Politik Dan Sosial Media Bagi Pemilih Pemula Pemilukada 2020 Di Sekolah Menengah Atas (SMA) Islam Cikal Harapan 01 Serpong Tangerang Selatan. *Resona Jurnal STIEM*, 96-116.
- Atmodjo, J. T. (2014). Dinamika partisipasi politik remaja melalui media sosial. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(02), 281-295.
- Aziz, A., & Widodo, B. (2022, June). Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Pengetahuan Politik Generasi Z Terhadap Literasi Politik Pada Pemilu 2020. In *Proceedings University of Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference (Vol. 2, No. 1, pp. 87-98)*.
- Buchori, A. (2018). Pentingnya Literasi Digital Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Sosialisasi Pembangunan Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Subang*, Vol. 4 No.1.
- Hobbs, R. (2011). The state of media literacy: A response to potter. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 419-430.
- Juwandi, R., Nurwahid, Y., & Lestari, A. (2019, May). Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan Politik Untuk Mengembangkan Literasi Digital Warga Negara. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP (Vol. 2, No. 1, pp. 369-378)*.
- Katarudin, H., & Putri, N. E. (2020). Pengaruh Literasi Politik Terhadap Partisipasi

- Politik Pemilih Pemula Pada Pemilukada Kota Pariaman Tahun 2018. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 70-79.
- Limilia, P., & Fuady, I. (2021). Literasi Media, Chilling Effect, dan Partisipasi Remaja. *Jurnal Kajian Komunikasi Universitas Padjajaran*, Vol.9 No.1 pp 40-52.
- Perdana, A., & Wildianti, D. (2018). Narasi Kampanye dan Media Sosial dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019. *Jurnal Bawaslu DKI*, 21-39.
- Purnawati, L. (2020). Pendidikan Politik Sebagai Upaya Peningkatan Kesadaran Politik Masyarakat (Studi di Kantor KPU Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Universitas Tulungagung*, 55-71.
- Ridha, M., & Riwanda, A. (2020). Literasi Media, Literasi Politik, dan Partisipasi Kewarganegaraan Pemilih Pemula di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 5(1), 110-121.
- Rosadi, B. (2020). Pengaruh Pesan Politik di Media Sosial Terhadap Peningkatan Loterasi Politik Generasi Milenial. *Jurnal Civicus Universitas Pendidikan Indonesia*, Vol.20 No.1 pp. 26-30.
- Rosadi, B., Darmawan, C., & Anggraeni, L. (2020). The Influence Of Political Message On Social Media. *Jurnal Civicus*, 26-30.
- Rosadi, B. PENGARUH PESAN POLITIK DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN LITERASI POLITIK GENERASI MILENIAL. *JURNAL CIVICUS*, 20(1), 26-30.
- Salim, K. (2020). Digital Politics and Participation Politics in Society. *INDONESIAN JOURNAL OF DIGITAL SOCIETY*, 31-38.
- Sutisna, A. (2017, May). Peningkatan literasi politik pemilih pemula melalui pendekatan pembelajaran kontekstual. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP (Vol. 1, No. 2)*.
- Syahputra, M. C. (2020). GERAKAN LITERASI POLITIK PEREMPUAN NAHDLATUL ULAMA DALAM MENYAMBUT PEMILIHAN UMUM 2019-2020. *Jurnal Islam Nusantara*, 4(2), 203-219.

Referensi Internet

- Komisi Pemilihan Umum Kota Semarang. (2020). *Seputar KPU*. From KPU Kota Semarang: <https://kpu-semarangkota.go.id/Seputar-KPU>
- Most Active Social Media Platform*. (2021). From We Are Social: <https://wearesocial.com/>

LAMPIRAN

A. Instrumen Penelitian

1) Dokumentasi wawancara

Lampiran 1 Dokumentasi

