

Kendala dan upaya KPU dalam meningkatkan literasi politik generasi Z pada Pemilu 2024 melalui Instagram

Muhammad Akmal S, Al Rafni, Suryanef, Hasrul

Prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
FIS Universitas Negeri Padang

Co-Author: **Al Rafni**

E-mail: alrafni@fis.unp.ac.id

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui kendala dan upaya KPU Kota Padang dalam meningkatkan literasi politik Generasi Z. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, informan diambil dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, serta uji keabsahan data menggunakan triangulasi teknik. Berdasarkan Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa KPU telah melaksanakan dua program yaitu pertama kampanye edukatif digital dan kedua kampanye hashtag #TemanPemilih untuk meningkatkan literasi politik Generasi Z melalui Instagram. Setelah melaksanakan Program tersebut terdapat kendala utama yang dialami KPU Kota Padang yaitu pertama kurangnya partisipasi followers dan kedua keterbatasan SDM yang mempengaruhi efektivitas sosialisasi politik. KPU berupaya mengatasinya dengan menggunakan reels atau konten yang menarik, fitur stories, pelatihan teknis, kolaborasi dengan influencer lokal dan lembaga pemerintah, serta kampanye lintas platform. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan literasi politik Generasi Z pada pemilu 2024. Implementasi strategi ini diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan dan partisipasi politik Generasi Z, sehingga literasi politik mereka lebih baik pada pemilu 2024.

Kata Kunci: KPU, literasi politik, Instagram, generasi Z

ABSTRACT

The study aims to determine the obstacles and efforts of the Padang City KPU in improving the political literacy of Generation Z. The method used is descriptive qualitative, informants were taken using purposive sampling techniques. Data collection was carried out through observation, interviews, and documentation studies, as well as data validity tests using technical triangulation. Based on the results of the research and discussion, it shows that the KPU has implemented two programs, namely the first digital educational campaign and the second hashtag campaign #TemanPemilih to improve the political literacy of Generation Z through Instagram. After implementing the program, there were major obstacles experienced by the Padang City KPU, namely the first lack of follower participation and the second limited human resources that affected the effectiveness of political socialization. The KPU tried to overcome this by using reels or interesting content, stories features, technical training, collaboration with local influencers and government

institutions, and cross-platform campaigns. These efforts are expected to improve the political literacy of Generation Z in the 2024 election. The implementation of this strategy is expected to be able to increase the involvement and political participation of Generation Z, so that their political literacy is better in the 2024 election.

Keywords: KPU, political literacy, Instagram, generation Z



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. ©2024 by author.

PENDAHULUAN

Sosialisasi politik merupakan salah satu tugas Komisi Pemilihan Umum atau KPU berdasarkan peraturan KPU No. 10 tahun 2018. Dalam pemilu 2024 ini KPU melakukan sosialisasi dengan berbagai cara, seperti melakukan sosialisasi di SMA, Perguruan Tinggi serta di berbagai kelurahan yang ada di Kota Padang. Selain itu, salah satu cara yang dilakukan oleh KPU Kota Padang dalam melakukan sosialisasi politik yaitu melalui media sosial Instagram. KPU telah menetapkan daftar pemilih tetap untuk [Pemilu](#) 2024. Jumlahnya mencapai 204.807.222 pemilih. Dari hasil rekapitulasi DPT, mayoritas pemilih pemilu 2024 salah satu yang mendominasinya adalah Gen Z. Hal ini berarti bahwa suara Generasi Z akan memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap hasil Pemilu 2024 mendatang.

Media sosial Instagram sangat erat dan sering dimanfaatkan oleh Generasi Z di era digitalisasi saat ini. Perkembangan media sosial saat ini semakin memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan kebutuhan akan informasi. Menurut Aprilya (2017) dalam (Feroza and Misnawati 2021), pemanfaatan Instagram sebagai media promosi pemasaran *online* merupakan realita yang terjadi saat ini. Instagram adalah salah satu jenis media sosial yang saat ini banyak digunakan remaja. Remaja menggunakannya tidak hanya untuk berbagi foto dan video, tetapi juga untuk membentuk identitas sosial mereka dan menjalin hubungan dengan teman sebaya. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Kegiatan penggunaan Instagram diharuskan menggunakan internet (Prihatiningsih 2017). Internet yang cepat dan mudah diakses menjadi faktor utama dalam popularitas Instagram di kalangan remaja.

Gen Z itu merupakan generasi pertama yang tumbuh besar dalam era digital. Mereka tumbuh dengan teknologi seperti internet, smartphone dan media sosial. Meskipun Generasi Z sering dianggap sebagai "Digital Natives", data literasi digital di Indonesia yang dirilis oleh Kominfo pada 2022, indeks literasi digital di Indonesia berada dalam kisaran 3,49 dengan kategori sedang. Dengan kata lain, literasi digital di Indonesia masih belum mencapai tingkat yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun aktif di media sosial, pemahaman

mereka terhadap informasi digital mungkin masih terbatas. Selain itu pemahaman politik generasi ini juga terbatas, dan hal ini dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang ingin memanipulasi informasi atau melakukan praktik politik praktis. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya sosialisasi politik yang lebih intensif untuk meningkatkan literasi digital dan meningkatkan pemahaman politik generasi ini agar mereka dapat menjadi pemilih yang cerdas dan kritis.

Menurut (Bilqis dan Taqwa 2018), perkembangan tersebut juga membawa dampak signifikan terhadap partai politik dan kandidat dalam memperkenalkan diri mereka melalui Instagram. Instagram secara signifikan mengubah aksesibilitas dan ketersediaan informasi pada paslon. Platform ini memungkinkan para politisi untuk menjangkau pemilih secara langsung dan berinteraksi dengan mereka melalui komentar, pesan langsung, dan live sessions. Para pengguna Instagram mengumpulkan informasi dan pendapatnya dengan menggunakan situs interaktif di mana informasi tersebut terus berlanjut antara pemilih dan politisi. Menurut (Hidayah and Kartikasari 2021), Instagram dapat digunakan untuk melakukan komunikasi politik dengan memberikan informasi mengenai aktivitas yang berhubungan dengan tugas kepala daerah. Keberadaan media sosial di sebuah lembaga memberikan kemudahan bagi lembaga tersebut. Instagram merupakan salah satu media sosial yang cukup sering digunakan untuk berbagi informasi kepada masyarakat. Hal ini dapat kita lihat dari akun Instagram KPU Kota Padang @kpu_kota_padang. Sampai tanggal 15 September 2023 Akun ini telah memposting sebanyak 1.687 postingan, dan jumlah followers sebesar 5.463 followers. Berdasarkan data dari "We Are Social dan Hootsuite 2023" pengguna Instagram mencapai 2 miliar per Januari 2023. Dalam hal ini, KPU berbagi informasi dengan bantuan media sosial supaya bisa meningkatkan literasi politik bagi Generasi Z.

Menurut Kaplan dan Haenlein (dalam Cahya 2020) mendefinisikan media sosial sebagai seperangkat aplikasi Internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan pembuatan dan berbagi konten buatan pengguna. Mereka mulai menggunakan platform internet, khususnya media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi kepada masyarakat. KPU Kota Padang telah menggunakan Instagram sebagai salah satu sarana sosialisasi politik, terlihat bahwa jumlah like dan komentar pada postingan kurang signifikan dibandingkan dengan jumlah followers yang cukup besar (5.463 followers). Hal ini menunjukkan kurangnya interaksi dan partisipasi dari Generasi Z, yang seharusnya menjadi target utama dalam Pemilu 2024. Generasi Z, sebagai pemilih pemula, menghadapi keterbatasan dalam pengalaman dan pemahaman politik. Kondisi ini diperparah oleh kenyataan bahwa sebagian besar Generasi Z kurang mendapat

pemahaman politik yang memadai melalui pendidikan. Oleh karena itulah diperlukannya sosialisasi Politik melalui media sosial untuk memperkuat serta meningkatkan literasi politik Gen Z agar mereka bisa menjadi pemilih yang lebih terinformasi.

Dengan demikian meskipun KPU Kota Padang telah aktif di Instagram dan banyak memposting postingan politik. Namun sayangnya postingan KPU Kota Padang memiliki interaksi yang minim bisa kita lihat dari jumlah like dan komentarnya. Hal ini menunjukkan bahwa postingan KPU Kota Padang mungkin tidak cukup menarik atau kurang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan Gen Z. KPU Kota Padang perlu meningkatkan kualitas dan fleksibilitas kontennya agar dapat lebih efektif dalam menyampaikan informasi politik kepada Generasi Z yang cenderung lebih responsif terhadap konten visual dan interaktif. KPU Kota Padang harus mengupgrade postingan instagramnya agar dapat menarik perhatian dari Gen Z, untuk meningkatkan efektivitas sosialisasi politik melalui Instagram. Sehingga media sosial juga memungkinkan mereka untuk menghadirkan komunikasi yang menarik, jelas, dan akurat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian ini berlokasi di Kota Padang tepatnya di Kantor Komisi Pemilihan Umum di Jalan Syekh Umar Khalil No. 42 Kecamatan Kuranji, Kota Padang. Alasan pemilihan lokasi penelitian karena KPU Kota Padang sudah aktif menggunakan Instagram sebagai media sosialisasi politik. Hal ini memberikan kesempatan ideal bagi peneliti untuk secara langsung mengevaluasi efektivitas strategi dan konten yang digunakan, sehingga hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang relevan dan praktis terkait upaya peningkatan literasi politik Generasi Z pada pemilu 2024. Adapun informan dalam penelitian ini ditentukan secara purposive sampling, Teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, dan studi dokumentasi. Dalam penelitian ini digunakan uji keabsahan data dengan menggunakan triangulasi teknik dan sumber. kemudian analisis data dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program KPU Kota Padang dalam meningkatkan literasi politik Generasi Z pada pemilu 2024 melalui media sosial Instagram

a. Program kampanye edukatif digital

Instagram adalah platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, serta berinteraksi melalui fitur-fitur seperti like, komentar, stories, dan Instagram Live. Instagram telah berkembang menjadi salah satu aplikasi paling populer di dunia, menawarkan alat bagi pengguna untuk mengekspresikan diri, mengembangkan merek pribadi atau bisnis, dan berinteraksi dengan komunitas global. Dengan berbagai fitur seperti filter foto, IGTV, dan reels, Instagram menyediakan cara kreatif bagi pengguna untuk berbagi momen dan terlibat dengan pengikut mereka secara dinamis dan interaktif. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial paling populer, memainkan peran penting dalam meningkatkan literasi politik. Menurut Denver dan Hands (1990) dalam (Sutisna 2017), Literasi Politik merupakan pengetahuan dan pemahaman tentang proses politik dan isu-isu politik, suatu pengetahuan dan pemahaman yang memungkinkan setiap warga negara dapat secara efektif melaksanakan perannya (berperan serta, partisipasi) sebagai warga negara.

Melalui pendekatan yang interaktif dan menarik, program kampanye edukasi digital bertujuan untuk membuat proses belajar tentang pemilu menjadi lebih menyenangkan dan mudah dipahami. Dengan demikian, *followers* tidak hanya mendapatkan pengetahuan, tetapi juga terinspirasi untuk berperan aktif dalam pemilu dan mendukung terciptanya pemilu yang jujur dan adil. Program kampanye yang dilaksanakan oleh KPU Kota Padang bertujuan untuk mendorong **followers** agar lebih bersemangat menggunakan hak pilih mereka dan berkontribusi pada demokrasi yang sehat dan transparan. Sayangnya hal ini masih belum memenuhi harapan karena program ini masih kurang berhasil meningkatkan pemahaman pemilu di kalangan *followers* melalui konten edukatif yang mencakup tahapan pemilihan, hak dan kewajiban pemilih, serta cara mengenali hoax. Akan tetapi ada dukungan dari beberapa Generasi Z yang menyatakan bahwa konten edukatif di Instagram dan YouTube efektif dalam meningkatkan pemahaman mereka membuat KPU terus semangat dalam memperbaiki dan mengevaluasi programnya.

b. Program kampanye hashtag (#TemanPemilih)

Hashtag di Instagram adalah kata atau frasa yang diawali dengan tanda pagar (#) dan digunakan untuk mengkategorikan konten serta memudahkan pengguna menemukan postingan terkait topik tertentu. Penggunaan hashtag yang tepat dan populer dapat membantu meningkatkan jumlah *like*, komentar, dan *followers* bagi pengguna Instagram. Selain itu, hashtag juga berfungsi untuk menghubungkan komunitas dan mengorganisir kampanye atau

gerakan tertentu. Misalnya, hashtag kampanye seperti *#BlackLivesMatter* atau *#ClimateChange* dapat mengumpulkan berbagai postingan dari pengguna yang mendukung atau membahas isu tersebut, menciptakan kesadaran dan solidaritas di antara pengguna Instagram. Dengan strategi penggunaan hashtag yang efektif, pengguna Instagram dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens dengan konten mereka.

Kampanye hashtag *#temanpemilih* yang dilakukan oleh KPU Kota Padang efektif dalam menyebarkan pesan literasi politik secara luas dan mendorong partisipasi aktif dalam diskusi politik. Hashtag ini memudahkan masyarakat menemukan informasi terkait pemilu, berbagi pandangan, dan pengalaman, serta memperluas jangkauan pesan kampanye, menciptakan komunitas *online* yang terinformasi. Meskipun banyak pihak mendukung dan mengakui efektivitas kampanye ini, beberapa Generasi Z merasa bahwa informasi yang disampaikan seringkali terlalu singkat dan kurang mendalam, menunjukkan adanya kebutuhan untuk menyediakan konten yang lebih panjang dan mendalam di platform lain.

Kendala KPU Kota Padang dalam meningkatkan literasi politik Generasi Z pada Pemilu 2024 melalui media sosial Instagram

a. Kurangnya partisipasi followers instagram KPU Kota Padang dalam merespon postingan

Followers di Instagram adalah individu atau akun yang memilih untuk mengikuti akun lain sehingga mereka dapat melihat postingan dan pembaruan yang dibagikan oleh akun tersebut di feed mereka. Jumlah *followers* yang tinggi sering dianggap sebagai indikator popularitas atau pengaruh akun tersebut. Penggunaan Instagram oleh KPU memudahkan dalam melaksanakan sosialisasi politik, yang merupakan salah satu tugas KPU berdasarkan peraturan KPU No. 10 tahun 2018. Menurut (Muhammad and Aminudin 2016) Instagram telah menjadi salah satu media sosial utama dalam komunikasi politik. Instagram juga memiliki fitur-fitur seperti Stories, IGTV, dan Reels memungkinkan politisi dan partai politik untuk menyampaikan pesan mereka dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh khalayak luas, khususnya di kalangan generasi muda yang merupakan pengguna aktif media sosial ini.

Kurangnya partisipasi *followers* dalam merespon postingan Instagram KPU Kota Padang menjadi tantangan serius dalam upaya meningkatkan literasi politik di kalangan masyarakat terutama Generasi Z. Meskipun KPU Kota Padang telah aktif memposting informasi penting terkait pemilu, sosialisasi program, dan berbagai kegiatan kepemiluan, interaksi yang dihasilkan sering kali minim. Kurangnya partisipasi *followers* KPU Kota Padang dalam merespons postingan disebabkan oleh beberapa faktor kunci. Konten yang disajikan seringkali kurang menarik, bahasa yang digunakan kurang

komunikatif, dan promosi yang minim menyebabkan banyak *followers* tidak menyadari adanya informasi penting. Akibatnya, informasi yang disampaikan menjadi kurang efektif dalam mencapai dan mempengaruhi audiens yang lebih luas. Selain itu, wawancara mengungkapkan bahwa reels dengan musik atau konten viral lebih efektif menarik perhatian Generasi Z dibandingkan postingan reguler. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang tidak menarik dan kurang relevan menjadi penghalang utama dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik Generasi Z, menegaskan pentingnya literasi komunikasi yang sesuai dengan preferensi mereka untuk mencapai tujuan KPU Kota Padang.

b. Keterbatasan Sumberdaya Manusia KPU Kota Padang

Keterbatasan Sumberdaya Manusia KPU Kota Padang menjadi salah satu kendala utama dalam upaya mereka untuk meningkatkan literasi politik Generasi Z melalui media sosial Instagram. Dalam era digital yang sangat bergantung pada media sosial, KPU membutuhkan tim yang terampil dan kreatif untuk menyampaikan pesan-pesan penting secara menarik dan relevan. Sayangnya, keterbatasan jumlah dan keterampilan SDM di bagian ini membuat kampanye sosialisasi KPU kurang optimal, sehingga banyak informasi penting terkait pemilu tidak tersampaikan dengan baik kepada segmen pemilih muda. Menurut (Meli and Dkk 2023) Sumber daya manusia adalah sumber daya yang memiliki potensi untuk mempengaruhi upaya pencapaian tujuan organisasi dan memiliki peran dalam melakukannya.

Keterbatasan sumberdaya manusia KPU Kota Padang menjadi kendala serius dalam upaya meningkatkan literasi politik Generasi Z. Faktor-faktor seperti jumlah personel yang tidak memadai dan kurangnya kompetensi dalam mengelola media sosial secara efektif menghambat KPU dalam menciptakan konten yang menarik dan informatif sesuai dengan tren digital terkini. Akibatnya, pesan politik yang disampaikan kurang efektif menjangkau dan mempengaruhi audiens muda secara maksimal, yang berdampak pada rendahnya partisipasi dan keterlibatan Generasi Z dalam proses demokrasi. Meskipun KPU berupaya melakukan alokasi sumber daya yang cermat dan memanfaatkan fitur gratis dari platform, pentingnya kualitas konten dan kreativitas dalam penyampaian pesan politik oleh Generasi Z menunjukkan bahwa tantangan utama terletak pada cara KPU dapat lebih efektif menjangkau dan mempengaruhi generasi muda melalui media sosial, untuk mencapai tujuan literasi politik yang lebih luas.

Upaya KPU Kota Padang dalam meningkatkan literasi politik Generasi Z pada Pemilu 2024 melalui media sosial Instagram

❖ Upaya Internal

KPU Kota Padang telah melakukan berbagai upaya internal untuk meningkatkan literasi politik Generasi Z pada pemilu 2024 melalui media sosial Instagram. *Pertama* menciptakan konten yang menarik dan relevan. Konten adalah informasi atau materi yang

disampaikan melalui berbagai media seperti tulisan, gambar, audio, atau video dengan tujuan tertentu. Konten bertujuan untuk menyampaikan pesan, mengedukasi, menghibur, atau mempengaruhi audiens. Konten yang menarik adalah konten yang mampu memikat perhatian audiens dengan cara yang berbeda dan efektif dan tidak hanya sekedar informatif, tetapi juga menghibur, menginspirasi, atau memicu emosi pada audiensnya. Untuk menjadi konten yang menarik, faktor kunci yang perlu dipertimbangkan adalah relevansi dengan audiens target, keaslian, kreativitas dalam penyampaian pesan, serta kemampuan untuk memicu respons atau interaksi dari audiens. Dalam membuat konten yang menarik KPU Kota Padang telah mengadaptasi strategi penggunaan konten visual yang estetik, video pendek informatif, dan animasi kreatif untuk menarik perhatian Generasi Z yang dominan menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok. Pendekatan ini tidak hanya mempertahankan minat mereka dengan memanfaatkan tren dan isu-isu yang sedang viral, tetapi juga efektif dalam meningkatkan keterlibatan serta pemahaman mereka terhadap politik. Generasi Z ditemukan lebih tertarik pada konten visual seperti gambar dan video pendek, yang memungkinkan mereka untuk memahami pesan politik dengan lebih baik dan cepat. Selain itu, responsivitas KPU Kota Padang terhadap perubahan preferensi ini menunjukkan keseriusan dalam menghadapi tantangan baru dalam sosialisasi politik.

Upaya *kedua* menggunakan fitur cerita pendek (stories), Fitur cerita di Instagram telah menjadi salah satu alat yang sangat efektif dalam menjangkau Generasi Z, yang cenderung lebih menyukai konten yang bersifat sementara dan lebih mudah dikonsumsi. Memahami popularitas fitur ini, KPU Kota Padang dapat memanfaatkannya sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan singkat tentang pentingnya pemilihan umum dan hak suara. Dengan menyajikan konten-konten yang menarik dan interaktif melalui cerita, KPU dapat memperoleh perhatian pengikut mereka dengan lebih efektif, mengingat kemampuan cerita untuk menarik perhatian secara cepat dan efisien. KPU Kota Padang, menggunakan fitur cerita di Instagram telah terbukti efektif dalam menciptakan narasi yang menarik dan relevan tentang pentingnya partisipasi politik. KPU mampu memanfaatkan cerita untuk menyampaikan informasi yang penting tentang proses pemilihan umum dan hak suara kepada Generasi Z, yang memiliki preferensi kuat terhadap media sosial visual. Meskipun KPU menghadapi tantangan dalam mendapatkan interaksi yang signifikan di postingan *feed*, penggunaan cerita telah berhasil meningkatkan jumlah view dengan strategi yang tepat. Solusi yang dianjurkan adalah KPU perlu terus mengoptimalkan penggunaan fitur cerita dengan konten yang menarik dan relevan, seperti polling atau kuis, untuk meningkatkan interaksi langsung dengan pengikut mereka. Dengan cara ini, KPU tidak hanya dapat memperkuat

keterlibatan Generasi Z dalam politik melalui platform yang mereka sukai, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dan membangun kesadaran politik yang berkelanjutan di kalangan generasi muda.

KPU Kota Padang menghadapi tantangan besar dalam upaya meningkatkan literasi politik Generasi Z melalui Instagram. Keterbatasan ini membuat KPU kesulitan dalam menghasilkan konten yang menarik dan relevan bagi audiens muda. Untuk mengatasi tantangan ini, KPU akan memprioritaskan pelatihan dan pengembangan kompetensi staf. Pelatihan ini meliputi berbagai keterampilan penting seperti desain grafis, penulisan konten yang menarik, dan strategi pemasaran digital, yang semuanya diperlukan untuk menciptakan konten yang dapat memikat Generasi Z dan meningkatkan partisipasi mereka dalam diskusi politik. KPU Kota Padang menghadapi tantangan dalam meningkatkan kualitas konten yang disajikan melalui media sosial, khususnya untuk menarik perhatian Generasi Z yang lebih tertarik pada konten visual dan interaktif. Pelatihan yang diadakan bertujuan untuk tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis staf dalam mengelola akun media sosial, tetapi juga mendorong kreativitas dan inovasi dalam setiap konten yang diproduksi. Meskipun sudah ada upaya untuk meningkatkan kreativitas dalam menghasilkan konten yang menarik, pentingnya fokus pada relevansi dan kebutuhan target audiens harus terus ditekankan. KPU perlu melanjutkan pelatihan teknis secara berkala sambil lebih aktif menggali masukan langsung dari Generasi Z untuk memastikan konten yang dihasilkan tidak hanya menarik tetapi juga memberikan nilai informasi yang substansial. Dengan pendekatan ini, KPU dapat memperkuat engagement dan pemahaman politik Generasi Z melalui media sosial, serta membangun hubungan yang lebih erat dan efektif untuk menyampaikan pesan-pesan politik yang relevan bagi masa depan demokrasi.

❖ **Upaya Eksternal**

KPU Kota Padang telah melakukan berbagai upaya eksternal untuk meningkatkan literasi politik Generasi Z pada pemilu 2024 melalui media sosial Instagram. *Pertama*, melakukan kolaborasi bersama *influencer* lokal, Generasi Z, sebagai kelompok demografis yang tumbuh bersama perkembangan pesat teknologi dan media sosial, cenderung mempercayai dan merespons konten politik yang disampaikan oleh *influencer* atau tokoh panutan yang mereka hormati. Pengaruh yang dimiliki oleh para *influencer* ini sangat kuat karena mereka mampu menciptakan ikatan emosional dan kepercayaan dengan audiens mereka. KPU Kota Padang telah mengidentifikasi bahwa *influencer* lokal memiliki potensi besar dalam meningkatkan efektivitas kampanye sosialisasi politik, terutama dalam meraih perhatian Generasi Z menjelang Pemilu 2024 melalui platform media sosial seperti Instagram. Dengan menggandeng mereka yang

memiliki pengaruh dan popularitas di kalangan kaum muda, KPU dapat memanfaatkan jaringan mereka untuk menyampaikan pesan-pesan politik dengan cara yang lebih akrab, autentik, dan relevan. Kolaborasi ini tidak hanya akan meningkatkan visibilitas kampanye, tetapi juga meningkatkan kredibilitas dan penerimaan pesan politik oleh generasi muda, yang sering kali lebih cenderung mendengarkan dan mempercayai informasi yang datang dari sumber yang mereka anggap terpercaya. Dengan demikian, diharapkan partisipasi politik Generasi Z dapat meningkat secara signifikan, memperkuat pemahaman mereka terhadap peran dan pentingnya demokrasi, serta mengukuhkan posisi KPU Kota Padang sebagai lembaga yang dapat diandalkan dalam mengedukasi dan melibatkan generasi muda dalam proses politik negara.

Upaya *kedua* melakukan kolaborasi dengan lembaga dan pejabat pemerintah. Kolaborasi strategis antara KPU Kota Padang dengan lembaga dan pejabat pemerintahan telah menjadi landasan yang penting dalam upaya meningkatkan literasi politik Generasi Z menjelang Pemilu 2024, khususnya melalui platform Instagram. Dengan dukungan Diskominfo Kota Padang, Humas Sumbar, Kesbangpol Sumbar, dan pejabat pemerintahan lainnya, KPU berhasil mengoptimalkan sumber daya teknis dan jaringan komunikasi mereka untuk menghasilkan konten-konten edukatif yang berkualitas tinggi. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pemahaman politik di kalangan generasi muda, tetapi juga untuk memperkuat pesan-pesan yang relevan dan signifikan bagi audiens mereka. Pentingnya kolaborasi KPU Kota Padang dengan lembaga dan pejabat pemerintahan telah terbukti efektif dalam menciptakan konten-konten edukatif yang menarik dan informatif bagi Generasi Z. Kolaborasi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan literasi politik mereka, tetapi juga untuk memperdalam pemahaman dan mendorong partisipasi aktif dalam proses demokrasi. Melalui sinergi yang terkoordinasi dengan baik, KPU Kota Padang berhasil mengoptimalkan media sosial, terutama Instagram, sebagai platform efektif untuk mencapai audiens muda. Dukungan teknis dalam produksi konten video edukatif yang disampaikan oleh berbagai pihak pemerintahan telah memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas jangkauan pesan politik dan memperkuat keterhubungan antara KPU dan Generasi Z. KPU perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kolaborasi ini, dengan fokus pada konten yang lebih bervariasi dan relevan sesuai kebutuhan target audiens. Dengan pendekatan ini, diharapkan partisipasi politik Generasi Z dapat terus meningkat, serta pemahaman mereka terhadap isu-isu politik semakin mendalam.

Pembahasan terhadap strategi kampanye lintas platform yang dilakukan oleh KPU Kota Padang untuk meningkatkan partisipasi Generasi Z dalam pemilu dapat dipahami dari beberapa sudut pandang. Penggunaan platform media sosial menunjukkan bahwa KPU

telah memahami keberagaman preferensi dan kebiasaan media dari Generasi Z. Strategi integrasi lintas platform yang diterapkan oleh KPU Kota Padang menunjukkan komitmen yang kuat untuk meningkatkan keterlibatan dan literasi politik Generasi Z dalam pemilu melalui media sosial. Dengan memanfaatkan Instagram, secara serentak, KPU tidak hanya meningkatkan aksesibilitas informasi politik tetapi juga memastikan bahwa pesan-pesan tersebut dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Keberhasilan pendekatan ini terlihat dari respons positif generasi muda, yang cenderung lebih terbuka terhadap konten yang disajikan secara visual dan interaktif di platform-platform tersebut. Dengan pendekatan ini, KPU tidak hanya dapat memperkuat keterlibatan politik Generasi Z tetapi juga membangun fondasi yang lebih kuat untuk mendukung partisipasi aktif mereka dalam proses demokrasi, menjadikan mereka sebagai pemilih yang lebih terinformasi dan terlibat dalam keputusan politik di masa depan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa program yang dilaksanakan KPU Kota Padang untuk meningkatkan literasi politik Generasi Z pada Pemilu 2024 melalui Instagram bertujuan meningkatkan pemahaman dan partisipasi aktif. Meskipun belum sepenuhnya efektif, terutama dalam hal menarik minat followers, dukungan Generasi Z menunjukkan bahwa konten edukatif di Instagram dan YouTube cukup berhasil. Namun, perbaikan konten dan penguatan SDM diperlukan untuk meningkatkan efektivitas program ini. Upaya KPU Kota Padang juga berhasil meningkatkan keterlibatan Generasi Z melalui strategi konten visual di media sosial seperti Instagram dan TikTok. Penggunaan video informatif, animasi kreatif, dan kolaborasi dengan *influencer* lokal telah membantu memperluas jangkauan dan meningkatkan partisipasi politik. Integrasi lintas platform media sosial terbukti efektif dalam membangun keterlibatan yang lebih aktif dan mendalam dengan Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, M. K. (2020). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Politik Masyarakat Kelurahan Pulo Gebang Pada Pilkada Dki Jakarta Tahun 2017. *Jurnal Polinter: Kajian Politik dan Hubungan Internasional*, 5(2), 52-73.
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan media sosial Instagram pada akun@ yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54-61
- Hidayah, N., & Kartikasari, R. D. (2021). Pola Komunikasi Politik Anies Baswedan dalam Perspektif Sociolinguistik di Media Sosial Instagram. *MATAPENA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 4(1), 1-8

- Muhammad, N., & Aminudin, A. (2019). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Politik. *PANTAREI*, 3(04)
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51-65
- Sutisna, A. (2017, May). Peningkatan literasi politik pemilih pemula melalui pendekatan pembelajaran kontekstual. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP* (Vol. 1, No. 2).
- Taqwa, Y. B. S., & Herawati, N. R. (2022). Penggunaan Media Sosial Instagram Ganjar Pranowo Dalam Kampanye Politik Pemilihan Gubernur Jawa Tengah Tahun 2018. *Journal of Politic and Government Studies*, 11(2), 521-544.
- Yana, M., & Putri, T. A. C. (2023). Pengembangan SDM Terhadap Komisi Pemilihan Umum Kota Tanjungpinang. *SNHRP*, 5, 1586-1590