

Pemanfaatan TikTok KPU Surakarta Sebagai Media Edukasi

Pemilu Tahun 2024

Utilization of tiktok by the surakarta kpi a an educational medium for the 2024 elections

**Okta Melianto Suharno 1, Drs. Buddy Riyanto, M.Si 2, Haryo Kusumo Aji, S.I.Kom.,
M.I.Kom 3**

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Oktameliantos24@gmail.com

ABSTRAK

Era modern membuat komunikasi menjadi lebih mudah dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi dengan munculnya internet dan hadirnya media sosial. Media sosial TikTok sebagai salah satu media sosial yang sedang tren dan banyak digemari. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur ,TikTok membuat para penggunanya dengan mudah mendapatkan edukasi melalui konten-kontennya. KPU Surakarta merupakan salah satu pembuat konten edukasi Pemilu 2024. Kajian ilmiah ini dibuat untuk mengetahui Peran TikTok KPU Surakarta Sebagai Media Edukasi Pemilu Tahun 2024.hasil dari kajian ilmiah ini masih kurang optimal dalam pembuatan konten edukasi Pemilu 2024 melalui TikTok.

Kata Kunci: Komunikasi, Media Sosial, TikTok, Edukasi, Pemilu

ABSTRACT

The modern era makes communication easier with the development of technology and information with the advent of the internet and the presence of social media. TikTok social media as one of the trending and much loved social media. TikTok makes it easy for its users to get educated through its content. KPU Surakarta is one of the creators of educational content for the 2024 election. This scientific study was made to determine the role of TikTok KPU Surakarta as an educational medium for the 2024 election.

Keywords: Communication, Social Media, TikTok, Education, Elections

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam berkehidupan sosial, manusia tidak pernah bisa lepas dari komunikasi. Secara harfiah berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, komunikasi merupakan “pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih, sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami”.

Era modern membuat komunikasi menjadi lebih mudah dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi. Adapun salah satu hasil dari perkembangan teknologi dan informasi adalah hadirnya internet. Dengan munculnya internet memudahkan kita mendapat informasi atau edukasi, salah satunya dengan hadirnya media sosial.

Media sosial ialah sebuah media dalam jaringan (daring) yang para penggunanya bisa berpartisipasi secara mudah, serta berbagi. Contoh media sosial yang populer saat ini meliputi: TikTok, Instagram, X, Facebook, dan Wiki. Dengan makin meningkatnya penggunaan media sosial, telah mengakibatkan perubahan sosial di masyarakat. Menurut We Are Social seperti dikutip dari website Databoks, masyarakat Indonesia rata-rata menggunakan media sosial selama 191 menit atau 3 jam 11 menit per hari. Salah satu Media sosial yang paling banyak diakses adalah TikTok.

Sebagai salah satu media sosial yang sedang tren dan banyak digemari, pengguna media sosial TikTok pada bulan Oktober 2023 berdasarkan website Data Indonesia sebanyak 106,52 juta. Media sosial ini termasuk kategori media sosial audio visual. TikTok membuat para penggunanya dapat berinteraksi langsung dengan pengguna lain, membuat konten

menarik, hingga memperoleh konten yang dipersonalisasikan dengan penggunanya atau yang marak disebut For Your Page (FYP). TikTok mempunyai algoritma tersendiri, di mana TikTok dapat menyajikan informasi sesuai apa yang sering diakses atau dicari.

Pengguna TikTok bisa memperoleh konten sesuai minatnya, contoh kontennya meliputi: olahraga, *game*, musik, dan edukasi. Di Era serba digital sekarang, kita tidak dapat menolak adanya media sosial. Sehingga kita harus memanfaatkan kehadiran media sosial tersebut dengan baik. Pesta rakyat Pemilu 2024 pun juga tak luput dari pemanfaatan digitalisasi publikasi melalui media sosial TikTok. Peran TikTok sangat penting untuk mendukung kampanye Pemilu Damai 2024, karena mempunyai banyak pengguna di Indonesia.

Salah satu pembuat konten edukasi Pemilu 2024 tersebut adalah KPU Surakarta dengan akun TikTok @kpusurakarta.yang memiliki pengikut berjumlah 1163 dikutip pada 08-06-2024, dengan jumlah konten yang dibuat sebanyak 169 konten .pada awal KPU Surakarta membuat konten mengenai pilwalkot Surakarta pada tanggal 3 Maret 2021, serta konten dengan view terbanyak yang dibuat oleh akun TikTok KPU Surakarta pada tanggal 08-07-2022 memuat konten “syarat dan ketentuan calon peserta Pemilu” dengan jumlah penonton 51,4 ribu dan mendapat 643 like .dalam 1bulan akun TikTok KPU Surakarta membuat konten sekitar 1-4 konten ,sampai pertanggal 08-06-2024 akun TikTok KPU Surakarta mendapat 3672 like untuk keseluruhan konten yang sudah dibuatnya sejak Tahun 2021.

Konten yang terdapat pada @kpusurakarta digunakan untuk membuat konten seperti: tata cara memilih untuk pemilih pemula, mengajak orang untuk menyalurkan hak suaranya, membuat konten syarat-syarat untuk mengikuti Pemilu, dan sebagainya. Hal ini dapat mengedukasi masyarakat melalui konten yang dibuat oleh KPU Surakarta, karna pada saat ini terkhusus anak muda sangat banyak yang menggunakan tiktok tidak hanya sekedar mencari hiburan tetapi juga bisa memanfaatkan konten edukasi terkhsusus pada konten edukasi pemilu agar masyarakat paham perihal Pemilu yang sedang berlangsung.

Dari uraian di atas kajian ilmiah ini dibuat untuk mengetahui Peran TikTok KPU Surakarta Sebagai Media Edukasi Pemilu Tahun 2024.

Metode

Metode yang ditempuh dalam penyusunan kajian ilmiah ini ialah menggunakan metode kajian literatur. Adapun pengertian dari metode kajian literatur adalah suatu penelusuran dan penelitian kepustakaan dengan cara membaca berbagai jurnal, buku, dokumen, dan terbitan-terbitan lain yang memiliki kaitan dengan topik pembahasan untuk selanjutnya dihasilkan sebuah tulisan yang berkenaan dengan isu maupun suatu topik tertentu.

Dari penjelasan di atas, maka penulis akan melakukan pengumpulan literatur yang berkaitan dengan topik yang dibahas, kemudian penulis akan membaca dan menganalisis literatur tersebut, untuk kemudian dijadikan landasan berpikir dalam menyusun sebuah Kajian Ilmiah berjudul “Peran TikTok KPU Surakarta Sebagai Media Edukasi Pemilu Tahun 2024”.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Komisi pemilihan umum merupakan badan yang bertanggung jawab dalam penyelenggaraan Pemilu KPU Surakarta harus memastikan pelaksanaan Pemilu dapat diikuti oleh seluruh peserta Pemilu termasuk pemilih pemula yang belum pernah mengikuti pemilihan sebelumnya. Pemilih pemula adalah mereka yang rentang usianya 17-21 tahun, usia tersebut dapat digolongkan sebagai pengguna atau pegiat yang aktif di media sosial.

KPU menjalankan perannya sebagai penyelenggaraan Pemilu dengan berpedoman dengan undang-undang Pemilu yaitu UU No. 7 Tahun 2023. Dalam penyelenggaraan Pemilu harus dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil menurut Pasal 22 E ayat (2) menjelaskan pemilihan umum diselenggarakan untuk memilih anggota DPR, DPD, Presiden dan Wakil presiden serta DPRD.

Pemilu 2024 yang hadir diera digital saat ini memanfaatkan media sosial sebagai sarana edukasi bagi Masyarakat, KPU Surakarta menggunakan media social untuk memberikan informasi perihal pemilu,yaitu Youtube,Instagram,Facebook, X serta TikTok. Dari berbagai macam media social yang digunakan tujuan atau sasaran setiapnya berbeda salah satunya menggunakan TikTok untuk memberi edukasi atau informasi kepada masyarakat terutama untuk anak muda dimana TikTok sudah menjadi media social yang begitu masif digunakan oleh anak muda . KPU Surakarta juga menggunakan TikTok sebagai media edukasi untuk

Masyarakat pada pemilu 2024 yang Dimana kalangan anak muda banyak menggunakan seingga informasi lebih masuk untuk diterima perihal pemilu 2024. Akun TikTok KPU Surakarta @kpusurakarta sesuai observasi penulis memperoleh hasil pertanggal 8 Juni 2024 memiliki pengikut berjumlah 1163 dan jumlah konten keseluruhan 169.penulis juga mendapatkan hasil analisis pada akun TikTok @kpusurakarta konten yang dibuat menurut penulis masih bisa dimaksimalkan lagi, yaitu konten pada tanggal 15 September 2023 yang berisi syarat pindah pemilihan pada Pemilu 2024. Karena pada konten yang dibuat tersebut menampilkan banyak tulisan didalam video tersebut sedangkan durasi hanya 30 detik, alangkah baiknya bisa lebih disederhanakan dalam menampilkan tulisan karena mengingat durasi konten yang dibuat hanya 30 detik sehingga penonton bisa membaca dan memahaminya dengan jelas, atau durasi videonya bisa diperpanjang lebih dari 30 detik.

salah satu konten yang kolom komentarnya dinonaktifkan hal ini sangatlah kurang efektif dalam interaksi dengan penonton atau masyarakat melalui konten yang dibuat oleh KPU Surakarta menjadikan masyarakat bisa enggan untuk langsung memberikan pertanyaan melalui kolom komentar dalam video tersebut karna ada video yang sudah menonaktifkan kolom komentarnya. Serta juga menemukan masih ada beberapa konten di akun TikTok @kpusurakarta yang berkomentar menanyakan suatu hal tidak dibalas langsung terlihat pertanyaan yang diajukan mengenai tata cara pindah pemilihan dimana itu sangatlah penting untuk ditindak lanjuti hal ini juga sangat bisa membuat masyarakat menjadi tidak mendapat solusi akan permasalahannya.

Hal ini mengakibatkan kurang efektifnya kpu surakartas untuk melakukan edukasi melalui pembuatan konten pada tiktok sebagai media edukasi untuk bisa membantu agar lebih mudah tersampaikan karena tiktok sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan ter khusus untuk anak muda paling banyak menggunakan aplikasi tiktok serta bisa memanfaatkan konten KPU Surakarta untuk mendapat sebuah informasi seputar pemilu 2024 yang dimana anak muda mendominasi peserta pemilu untuk tahun 2024.

Dari hasil di atas, selanjutnya penulis akan melakukan pembahasan dengan menerapkan teori strategi komunikasi yang penulis pakai, dari pendapat Harlod D. Lasswell, yaitu sebagai berikut:

a. Komunikator

Dalam hal ini biasanya orang yang melakukan komunikasi adalah seseorang pimpinan atau intansi, organisasi pemerintahan yang memiliki kualitas pemahaman dan penyampaian yang baik dalam memberikan materi yang disampaikan. Komunikator dalam penelitian ini ialah kpu Surakarta Dimana Lembaga tersebut merupakan yang kredibel serta berwenang terkait Pemilu 2024. Dalam penelitian ini KPU Surakarta memakai TikTok untuk media edukasi Pemilu 2024.

b. Pesan

Dimaksudkan pada isi materi atau pesan yang ingin disampaikan oleh Lembaga pemerintahan kepada penerima atau masyarakat . Pesan yang dirumuskan KPU Surakarta dalam meningkatkan edukasi menggunakan pesan persuasif dengan memberikan pengandaian atau ilustrasi terkait tata cara pemilihan umum, melalui media TikTok dengan membuat konten yang sedang viral, dan disisipkan konten ajakan untuk mengikuti Pemilu.

c. Media

Dalam memilih media komunikasi seorang komunikator dalam hal ini KPU Surakarta harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan pesan yang ingin disampaikan dan jenis media yang dimiliki oleh komunikan dengan memanfaakan TikTok sebagai media edukasi yang dilakukan oleh KPU Surakarta.

d. Komunikan

Seseorang yang mendapatkan pesan atau penerima sosialisai dapat berupa individua tau kelompok terhadap materi yang sudah disampaikan oleh instansi pemerintah hal ini memudahkan penerima untuk memahami dengan benar isi materi yang disampaikan.Dalam kajian ini yang menjadi komunikan adalah masyarakat atau pengguna TikTok, Dimana dalam hal ini KPU Surakarta harus menciptakan pesan yang kreatif, idealis dan bermanfaat agar komunikan tereduksi oleh konten yang dibuat KPU Surakarta.

e. Efek

Berkaitan dengan pengaruh yang diharapkan oleh sumber pesan (komunikator). Dari analisis penulis diatas konten KPU Surakarta masih perlunya peningkatan dalam hal pembuatan konten yang mengikuti FYP dan perlunya peningkatan interaksi dengan Masyarakat melalui setiap coment yang dibalas.

Berikutnya penulis akan melakukan pembahasan dengan menerapkan teori pemanfaatan media yang penulis pakai, dari pendapat Chris Heuer (2010) yaitu sebagai berikut:

a. *Context*

Dalam hal ini pesan KPU yang disampaikan melalui *caption* sudah baik secara pemilihan bahasa namun dalam penempatan didalam konten (video) terkadang ada yang tertutup oleh *button* (*like*, *comment*, *share* dan *save*). Meskipun sebenarnya penonton bisa melakukan *zoom* pada video supaya *button* maupun elemen lain yang menutupi video bisa tersingkirkan sesaat.

b. *Communication*

Pada tiktok kpu Surakarta sudah ada komunikasi antara pembuat konten dan penonton. Akan tetapi tidak semua coment yang masuk di balas oleh karena itu *communication* kurang berjalan dengan baik antara pembuat konten dengan penonton .

c. *Collaboration*

KPU Surakarta telah melakukan kolaborasi dengan RRI hal ini bisa dilihat dalam postingan pada tanggal 03-09-2023 dengan melakukan sosialisasi pemilu di car free day,dalam hal ini masih sangat kurang untuk dimasukan dalam sebuah konten .langkah lebih baiknya setiap kolaborasi KPU dengan berbagai elemen bias dimasukan dalam konten TIKTOK agar masyarakat atau pemilih juga paham bahwa KPU juga melakukan sosialisasi pemilu tidak sendirian melainkan juga berkolaborasi dengan beberapa sector.

d. *Connection*

KPU Surakarta telah menjalin hubungan dengan masyarakat melalui balasan comment yang ditanyakan akan tetapi tidak semua coment dibalas serta beberapa konten kolom komentarnya dimatikan .

