

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pilkada Serentak 2024 merupakan salah satu pesta demokrasi terbesar di Indonesia selain Pemilu 2024. Dalam pengawasan Pilkada, perundang-undangan pemilu melahirkan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Akan tetapi, pengawasan ini memerlukan partisipasi masyarakat. Mengawal penyelenggaraan pemilu dilakukan melalui salah satu upaya kontrol oleh Bawaslu dan warga negara (Susanti & Setiajid, 2020). Peran masyarakat dalam pengawalan ini adalah memilih dengan cerdas (h.38), melaporkan kecurangan (h.42), meningkatkan sikap kritis atas pemilihan umum (h.43), melakukan sosialisasi akan partisipasi kepemiluan (h.48).

Provinsi Banten sendiri memiliki total 61 persen pemilih muda (Generasi Z dan Generasi Milenial) sebagai mayoritas pemilih selama Pilkada 2024 (Detik News, 2024) dengan kelompok sosial ekonomi *Aspiring Middle Class* (AMC) sebagai kelompok ekonomi mayoritas pemilih di Indonesia. Berdasarkan riset Kata Data, 87,2 persen dari generasi muda (1.005 responden) memilih mselama pemilihan umum, namun hanya 28,9% yang bersedia mengawal pemilihan umum, dalam hal memantau perjalanan pemilihan umum. Dengan berbagai isu pemilihan umum dan paslon yang terjadi sebelumnya di Banten selama Pemilu dan Pilkada seperti pencurian *start* kampanye, politik uang, dan ketidaknetralan ASN, peran anak muda dalam mengawal keberlangsungan Pilkada 2024 menjadi sangat penting (Wawancara dengan Ketua Bawaslu RI, 2024). Partisipasi aktif anak muda dalam Pilkada 2024 dibutuhkan untuk menciptakan proses pemilihan yang berkualitas dan menghasilkan pemimpin yang berkomitmen meningkatkan kesejahteraan rakyat. Selain sebagai pemilih terbesar, Generasi Z dan Milenial merupakan pengguna internet terbesar memungkinkan kemudahan melakukan mobilisasi gerakan politik sebagaimana penyebaran informasi dan sosialisasi merupakan bagian dari mengawal Pilkada 2024 (Putra et al., 2024, h.65).

Selain itu, kurangnya media yang mengkampanyekan partisipasi generasi muda dalam mengawal Pilkada 2024. Media sosial sendiri sebagai media utama generasi muda (73 persen dari Gen Z dan 48 persen dari Milenial) mencari berita melalui media sosial dan Instagram sebagai media sosial terpopuler bagi mereka (IDN Research Institute, 2024). Dari observasi 30 media daring di Instagram yang sebelumnya menyebarkan kampanye partisipasi dalam mengawal Pemilu 2024, mengangkat isu “politik” dan berbentuk “ruang publik”, hanya ada 5 media yang mengajak anak muda untuk berpartisipasi dalam Pilkada 2024 dengan satu di antaranya tidak mengajak dan menjelaskan peran generasi muda di dalamnya dan satu lainnya hanya berupa media informasi.

Dalam kampanye ini, penulis akan bekerja sama dengan Civis Wise sebagai *brand mandatory* yang menasar generasi muda agar melek politik. *Founder* Civis Wise menyebutkan bagaimana Civis Wise belum memiliki kejelasan strategi komunikasi mereka dan juga niat Civis Wise untuk meningkatkan *output* media mereka. Sebelumnya, Civis Wise ikut menyebarkan informasi mengenai urgensi anak muda dalam berpartisipasi dalam Pilkada, namun belum ada kampanye yang mengajak anak muda untuk mengawal Pilkada.

Dengan masalah yang telah disebutkan di atas dimana rendahnya angka partisipasi anak muda untuk mengawal pemilihan umum dan kurangnya media yang menyuarakan partisipasi anak muda dalam mengawal Pilkada 2024, maka diperlukan sebuah kampanye dengan isu sosial dirancang untuk menciptakan perubahan sikap dan perilaku masyarakat (seperti dikutip Octaviani, 2022, h. 7) untuk mengawal pelaksanaan Pilkada. Dengan isu yang akan dibahas mengenai langkah yang bisa diambil untuk mengawal Pilkada Banten 2024 khususnya mengenai pelaporan sosialisasi isu kecurangan di tahapan kampanye hingga penetapan paslon terpilih dengan tujuan generasi muda, yaitu Generasi Z dan Milenial (18-43 tahun).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, berikut merupakan masalah-masalah yang ditemukan:

1. Permasalahan di Pemilu dan Pilkada sebelumnya membutuhkan pengawalan masyarakat melalui pengawasan partisipatif yaitu pelaporan dan sosialisasi isu kecurangan dalam Pilkada 2024.
2. Kurangnya media yang mengkampanyekan pentingnya partisipasi generasi muda dalam mengawal Pilkada 2024.

Sehingga penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut:  
Bagaimana perancangan kampanye anak muda kawal Pilkada Banten?

## 1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada masyarakat berdomisili di Banten, usia primer 18-27 tahun dan usia sekunder 28-43 tahun dan kelas ekonomi *aspiring middle class (AMC)* yang memiliki hak pilih dalam Pilkada Banten 2024. Ruang lingkup pembahasan hanya mengenai langkah yang bisa diambil untuk mengawal Pilkada, yaitu melaporkan dan sosialisasi isu kecurangan di tahapan kampanye hingga penetapan paslon terpilih.

## 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penulis adalah membuat perancangan kampanye anak muda kawal Pilkada Banten.

## 1.5 Manfaat Tugas Akhir

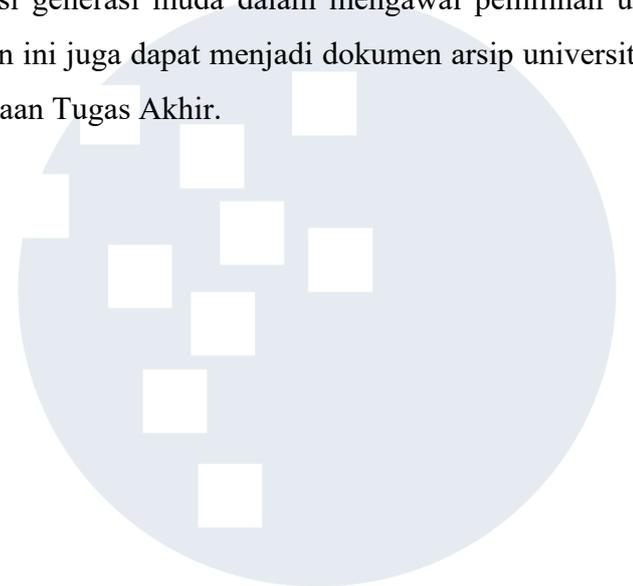
Penulis berharap dengan adanya tugas akhir ini mampu memberikan dua manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis:

Manfaat penelitian ini yaitu sebagai usaha meningkatkan antusiasme Generasi Z dan Milenial untuk mengawal Pilkada. Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual yang dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan media kampanye lainnya.

## 2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain mengenai pilar persuasi DKV, khususnya dalam perancangan kampanye. Perancangan ini juga dapat bermanfaat sebagai referensi bagi mahasiswa lain yang tertarik dalam merancang kampanye dan topik meningkatkan partisipasi generasi muda dalam mengawal pemilihan umum. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dokumen arsip universitas terkait dengan pelaksanaan Tugas Akhir.



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA