

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada kampanye generasi muda mengawal Pilkada Banten 2024:

3.1.1 Demografis

1. Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan
2. Usia: 18-27 tahun sebagai usia primer, 28-43 tahun sebagai usia sekunder. Mengacu kepada data Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang dirilis semasa Pemilu 2024, pemilih muda (Generasi Z dan Generasi Milenial) merupakan pemilih terbesar di Pilkada Banten tahun 2024 dengan angka sebesar 61 persen. Akan tetapi, berdasarkan Kata Data Insight Center di akhir 2023, sebanyak 40,2% anak muda (Generasi Z dan Milenial) tidak memiliki ketertarikan (sangat tidak tertarik dan tidak tertarik) dengan politik. Dari keseluruhan anak muda yang tertarik dengan politik, hanya 28,9% yang bersedia mengawal pemilihan umum, dalam hal memantau perjalanan pemilihan umum. (Katadata Insight Center, 2023).

Generasi Z akan menjadi target primer dikarenakan lebih banyak Gen Z yang percaya bahwa partisipasi politik bisa memberikan perubahan akan kebijakan publik dibandingkan Milenial (Katadata Insight Center, 2023).

3. Pendidikan: SMA, D3, S1.
4. Kelas Ekonomi: Menuju Kelas Menengah atau *Aspiring Middle Class (AMC)*.

Berdasarkan Bank Dunia, kelompok Menuju Kelas Menengah merupakan kelompok masyarakat Indonesia dengan pengeluaran berkisar dari Rp874.398 hingga Rp2,04 juta per kepala yang

3.1.2 Geografis

Provinsi Banten (Primer), di luar Banten (Sekunder)

Jumlah pemilih muda di Provinsi Banten berdasarkan DPT Pemilu 2024 di Banten dengan total pemilih muda (Milennial dan Generasi Z) mencapai 61% dari keseluruhan pemilih di Banten. Selain itu, berdasarkan data Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2024, jumlah pemilih selama Pilkada 2024 di Banten akan menempati posisi kelima terbanyak seluruh Indonesia. Selain itu, Banten menjadi salah satu Provinsi yang mengalami berbagai masalah dalam Pemilu 2024 dan Pilkada 2019, seperti penemuan lebih 3.000 lembar surat suara di dalam kondisi rusak (INews, 2023), surat suara simulasi Pemilu 2024 yang hanya mencantumkan dua pasangan calon presiden dan calon wakil presiden di saat adanya tiga pilihan (Kompas, 2023), indeks kerawanan kecurangan isu netralitas aparat sipil negara (ASN) berada di tingkat ketiga dari 37 provinsi (Bawaslu, 2023), dan dua daerah Banten, yaitu Lebak dan Pandeglang masuk kategori rawan tinggi pada Pilkada 2024 (Mahyadi, 2023).

3.1.3 Psikografis

- a. Individu yang memiliki hak suara dalam Pilkada Banten 2024.
- b. Individu yang memiliki ketertarikan akan isu politik.
- c. Individu yang percaya bahwa partisipasi politik mampu mempengaruhi kebijakan.
- d. Individu yang tidak merasakan urgensi untuk partisipasi dalam Pilkada Banten 2024.
- e. Individu yang aktif di media sosial.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode penelitian yang dilakukan adalah *qualitative methods research* oleh Creswell (2020, h.54) yang menyebutkan bahwa metode ini merupakan metode yang dilakukan dengan analisa mendalam terhadap fenomena yang terjadi dan kesulitan yang dihadapi khalayak untuk melakukan pesan kampanye yang akan

dilakukan. Teknik pengambilan data kualitatif akan dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, studi eksisting, dan studi referensi. (David Creswell, 2020)

Metode perancangan yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah *Human-Centered Design* oleh Tim Brown (2005). Berdasarkan metode ini, ada 5 (lima) tahapan dalam sebuah perancangan desain, yaitu (1) *Empathize*, (2) *Define*, (3) *Ideate*, (4) *Create*, dan (5) *Test*. (Willmott, n.d.)

3.2.1 Empathize

Dalam tahap ini, perancangan membutuhkan berbagai perspektif sehingga penulis harus melakukan observasi dan mencari *insight* untuk mendapatkan permasalahan yang terjadi. Proses pencarian *insight* dilakukan dengan metode penelitian yaitu pengambilan data kualitatif melalui observasi, wawancara, kuesioner, studi eksisting, dan studi referensi oleh Cresswell.

3.2.2 Define

Dalam tahap *define*, segala permasalahan dapat digabungkan menjadi sebuah gagasan yang utuh dimana berakhir dengan *problem statement*. Kemudian, mencari cara dimana perancangan dapat memberikan sebuah kebaruan dan membantu menyelesaikan permasalahan subjek penelitian. Perumusan masalah dilakukan melalui *Frame Your Design Challenge* dan *Empathy Map* hingga mampu menciptakan rincian akan solusi permasalahan dengan strategi komunikasi dan spesifik target yang disasar melalui *User Persona* dan *User Journey*.

3.2.3 Ideate

Setelah menciptakan sebuah gagasan permasalahan yang harus diperbaiki, maka Penulis harus menyampaikan ide yang dapat menjadi solusi dari permasalahan yang ada. Tahap ini bisa dilakukan dengan *brainstorming*, membuat sebuah *creative brief* untuk menyederhanakan proses pemikiran. Pada tahapan ini juga, strategi komunikasi yang sudah dirumuskan di tahapan sebelumnya masuk ke pembagian media dan *content pillar* yang akan dirancang.

3.2.4 Prototype

Dalam tahap ini, perancangan akan melalui berbagai upaya eksperimental, dimulai dengan tahap pembuatan *prototype*, kemudian melalui berbagai tahap perbaikan hingga dinilai sesuai dengan *user experience*. Proses perancangan dimulai dengan penyusunan aset visual dan perancangan *key visual*. Setelah penetapan *key visual*, maka akan dilakukan eksekusi desain untuk keseluruhan konten kampanye yang sudah ditetapkan di tahap sebelumnya.

3.2.5 Test

Pada tahap terakhir ini, desain yang sudah dihasilkan akan melalui berbagai tahap *testing* dan iterasi untuk mencapai hasil yang dinilai mampu menyesuaikan dengan penggunaannya. *Testing* dilakukan dengan penyebaran kuesioner untuk mengetahui pendapat target akan perancangan kampanye yang sudah dilakukan. Hasil yang ada kemudian di analisa untuk menarik kesimpulan keberhasilan pelaksanaan kampanye.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Metode pengambilan data akan dilakukan dengan wawancara, kuesioner, observasi, dan studi eksisting. Pengumpulan data akan difokuskan menurut subjek penelitian yang telah ditetapkan. Proses dokumentasi akan dilakukan pada tahap wawancara dengan foto dan rekaman yang ditranskripsikan. Untuk kuesioner, akan menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui perilaku generasi muda dalam Pilkada Banten 2024. Teknik pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai isu kecurangan Pilkada dan bagaimana pemahaman target akan terhadap isu tersebut. Hasil pengumpulan data ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai target audiens, masalah sosial yang terjadi, masalah sosial, dan solusi desain yang ditawarkan secara tepat.

3.3.1 Observasi

Observasi dilakukan penulis untuk melihat masalah desain yang ada yaitu dengan melakukan observasi kepada 30 media daring di Instagram yang sebelumnya menyebarkan kampanye partisipasi dalam mengawal Pemilu 2024, mengangkat isu “politik” dan berbentuk “ruang publik”.

Alasan pemilihan media Instagram sebagai objek analisa dikarenakan 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).

3.3.2 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan teknik yang dilakukan dengan melakukan proses tanya jawab dengan narasumber (Trivaika, 2022). Dalam penelitian ini, penulis melakukan proses tanya jawab dengan wawancara terbuka, yaitu wawancara yang dilakuakn yang tidak dibatasi jawabannya dan mengundang jawaban-jawaban yang terbuka (Andika, 2022).

3.3.2.1 Wawancara dengan *Founder Civis Wise* selaku *Brand Mandatory*

Wawancara dilakukan dengan Founder Civis Wise, Raka Akbar untuk mendapatkan wawasan profesional tentang pelaksanaan kampanye dengan topik serupa dan strategi komunikasi kampanye yang berhasil menggaet generasi muda (Generasi Z dan Milenial). Melalui wawancara ini, penulis dapat menggali lebih dalam psikografis dari target kampanye serta komunikasi apa yang digunakan untuk meraih partisipasi target terhadap isu politik, terkhususnya terkait pemilihan umum. Informasi ini akan membantu dalam merancang kampanye yang tidak hanya informatif mengenai kampanye dan informasi seputarnya, namun juga memberikan panduan yang tepat bagi audiens kampanye untuk berpartisipasi aktif dalam pengawalan Pilkada 2024. Instrumen pertanyaan wawancara kepada narasumber adalah sebagai berikut:

1. Apakah saya boleh mengetahui mengenai pembentukan Civis Wise dan latar belakangnya?
2. Dalam penentuan target komunikasi, Civis Wise menyoasar kelompok seperti apa? Usia, psikografisnya?

3. Dalam observasi yang saya temukan dari media sosial Civis Wise, saya menemukan bahwa organisasi ini banyak membahas mengenai melek politik di antara generasi muda dalam Pemilu maupun Pilkada. Apakah ada strategi komunikasi tertentu dari Civis Wise untuk dapat menggapai generasi muda?
4. Pada saat ini, Anda dan Tim Civis Wise banyak mengeluarkan kampanye seputar partisipasi politik bagi generasi muda, termasuk di dalamnya Pilkada 2024. Apakah ada kesulitan dalam penyampaian pesan kepada masyarakat?
5. Dalam Tugas Akhir ini, saya akan secara khusus membentuk sebuah kampanye yang mengajak Generasi Z dan Milenial untuk berpartisipasi aktif baik secara pemilih maupun dalam mengawal segala prosesi Pilkada ini. Adakah insight yang bisa diberikan dari kalian sebagai penyelenggara sebelumnya kepada aku yang mungkin ingin menasar target generasi muda untuk lebih aktif lagi dalam berpolitik?
6. Selama ini output design yang dibuat untuk Civis Wise ini berupa apa aja? Manakah yang dinilai paling efektif?

3.3.2.2 Wawancara dengan Ketua Badan Pengawas Pemilu Republik Indonesia, Rahmat Bagja

Wawancara dilakukan dengan Ketua Badan Pengawas Pemilu Republik Indonesia, Rahmat Bagja untuk mendapatkan wawasan profesional tentang pelaksanaan Pilkada Serentak 2024 dan langkah mengawal Pilkada Serentak 2024. Melalui wawancara ini, penulis dapat menggali lebih dalam upaya apa yang sebelumnya sudah dilakukan oleh Bawaslu dalam meraih suara pemilih muda, terkhususnya terkait pemilihan umum. Informasi ini akan membantu dalam merancang kampanye yang tidak hanya informatif mengenai kampanye dan informasi seputarnya, namun juga memberikan panduan yang tepat bagi audiens kampanye untuk berpartisipasi aktif dalam pengawalan Pilkada

2024. Instrumen pertanyaan wawancara kepada narasumber adalah sebagai berikut:

1. Selama ini kan banyak masyarakat yang diajak untuk mengawal Pilkada dan pemilihan umum yang ada di Indonesia. Menurut Bawaslu sendiri, mengawal oleh masyarakat itu bisa diartikan sebagai apa?
2. Dalam Pemilu 2024, ada berbagai sosialisasi mengenai langkah yang bisa diambil masyarakat untuk melakukan partisipasi Pemilu. Apakah ada langkah yang bisa dilakukan dalam melakukan partisipasi dalam Pilkada 2024 atau gerakan tertentu untuk mengawal Pilkada 2024 ini?
3. Pada wawancara ini, saya ingin membahas mengenai partisipasi generasi muda dalam partisipasi dalam mengawal Pilkada 2024. Berdasarkan data Kata Data yang dirilis di akhir tahun 2023, ada sebanyak 40,2% anak muda (Generasi Z dan Millennial) tidak memiliki ketertarikan (sangat tidak tertarik dan tidak tertarik) dengan politik. Sedangkan, jumlah suara mereka pada Pilkada ini mencapai lebih dari 50 persen suara. Apakah ada upaya khusus dari KPU dan Bawaslu untuk meningkatkan partisipasi dari generasi muda ini mengingat angka ketertarikan yang rendah? Apakah kampanye ini dinilai sudah berhasil?
4. Apakah Bawaslu melihat sebuah fenomena dimana generasi muda lebih aktif ikut serta dalam Pemilu dibandingkan Pilkada 2024? Menurut Anda, apakah alasannya?
5. Sebelum melakukan pemilihan, akan dilakukan periode kampanye 25 September 2024 - 23 November 2024. Dalam tahapan ini, melalui manakah masyarakat dapat mengetahui profil pemimpin yang mereka pilih dan debat yang akan dilakukan oleh paslon?

6. Dalam tahap kampanye tersebut, bagaimana cara melaporkan kecurangan kampanye? Dan apa saja bentuk kecurangan tersebut? - Pertanyaan lanjutan: Apakah perlu dilaporkan juga jika berbentuk kecurigaan atau perlu bukti pelaporan yang kuat? Bukti pelaporan contohnya seperti apa?
7. Berdasarkan langkah-langkah yang dapat diambil dalam melakukan partisipasi Pilkada 2024, langkah pertama merupakan Coklit untuk mengawal hak pilih dalam Pilkada? Bisakah dijelaskan lebih jauh mengenai mekanismenya?
8. Bagaimana cara mengurangi tindak kecurangan hingga ke titik minimum di setiap TPS masing-masing? Bagaimana usaha dari Bawaslu dan apa yang harus masyarakat lakukan dalam ikut serta mengawal tindak kecurangan semasa Pilkada Serentak ini?
9. Apakah Bawaslu memiliki media untuk menerima pelaporan kecurangan dalam bentuk apapun? Baik website atau apapun itu?
10. Dalam salah satu website informasi Bawaslu, saya menemukan mengenai himbauan untuk melakukan foto terhadap C-Plano untuk Pemilu 2024 kemarin? Apakah langkah tersebut akan dilakukan di masa Pilkada? Kalau Iya, bagaimana mekanisme-nya?
11. Perhitungan suara akan dilakukan dari tanggal 27 November 2024 hingga bulan Desember. Sampai periode apa masyarakat masih boleh melakukan pelaporan kepada Bawaslu mengenai kecurangan yang mereka temukan? Deadline pelaporan akan dipastikan hingga tanggal berapa?
12. Pada Tugas Akhir ini, saya akan merancang sebuah kampanye diperuntukkan untuk meningkatkan partisipasi generasi muda dalam Pilkada Serentak 2024. Apakah ada

pesan yang ingin disampaikan agar generasi muda ingin ikut serta dalam pesta demokrasi ini?

3.3.2.3 Wawancara dengan Ketua Badan Pengawas Pemilu Kota Tangerang Selatan, Muhammad Acep

Wawancara dilakukan dengan Ketua Badan Pengawas Pemilu Kota Tangerang Selatan, Mohammad Acep untuk mendapatkan wawasan profesional tentang pelaksanaan Pilkada Serentak 2024 dan langkah mengawal Pilkada Serentak 2024. Melalui wawancara ini, penulis dapat menggali lebih dalam proses mengawal yang diidealkan Bawaslu, pelaporan kecurangan, dan tahapan Pilkada yang rawan kecurangan. Informasi ini akan membantu dalam merancang kampanye yang tidak hanya informatif mengenai kampanye dan informasi seputarnya, namun juga memberikan panduan yang tepat bagi audiens kampanye untuk berpartisipasi aktif dalam pengawalan Pilkada 2024. Instrumen pertanyaan wawancara kepada narasumber adalah sebagai berikut:

1. Selama ini kan banyak masyarakat yang diajak untuk mengawal Pilkada dan pemilihan umum yang ada di Indonesia. Menurut Bawaslu sendiri, mengawal oleh masyarakat itu bisa diartikan sebagai apa?
2. Dalam Pemilu 2024, ada berbagai sosialisasi mengenai langkah yang bisa diambil masyarakat untuk melakukan partisipasi Pemilu. Apakah ada langkah yang bisa dilakukan dalam melakukan partisipasi dalam Pilkada 2024 atau gerakan tertentu untuk mengawal Pilkada 2024 ini?
3. Apakah Bawaslu melihat sebuah fenomena dimana generasi muda lebih aktif ikut serta dalam Pemilu dibandingkan Pilkada 2024? Menurut Anda, apakah alasannya?
4. Dalam tahap Pilkada, bagaimana cara melaporkan kecurangan kampanye? Dan apa saja bentuk kecurangan tersebut?

5. Apakah bisa melaporkan melalui media sosial, seperti penyebaran bukti akan kecurangan yang terjadi?
6. Apakah Bawaslu memiliki media untuk menerima pelaporan kecurangan dalam bentuk apapun? Baik website atau apapun itu?
7. Pelanggaran apa yang paling sering terjadi dan diterima laporannya?
8. Apakah ada perlindungan bagi pelapor apabila mereka mendapat ancaman atau intimidasi?
9. Pada Tugas Akhir ini, saya akan merancang sebuah kampanye diperuntukkan untuk meningkatkan partisipasi generasi muda dalam Pilkada Serentak 2024. Apakah ada pesan yang ingin disampaikan agar generasi muda ingin ikut serta dalam pesta demokrasi ini?

3.3.2.4 Wawancara dengan *designer* dan *developer Think Policy* dan *Bijak Memilih*

Wawancara dilakukan dengan Product Designer and Developer Think Policy dan Bijak Memilih, Prinvia Prichariel untuk mendapatkan wawasan profesional tentang pelaksanaan kampanye dengan topik serupa dan strategi komunikasi kampanye yang berhasil menggaet generasi muda (Generasi Z sebagai target primer). Melalui wawancara ini, penulis dapat menggali lebih dalam psikografis dari target kampanye serta komunikasi apa yang digunakan untuk meraih partisipasi target terhadap isu politik, terkhususnya terkait pemilihan umum. Informasi ini akan membantu dalam merancang kampanye yang tidak hanya informatif mengenai kampanye dan informasi seputarnya, namun juga memberikan panduan yang tepat bagi audiens kampanye untuk berpartisipasi aktif dalam pengawalan Pilkada 2024. Instrumen pertanyaan wawancara kepada narasumber adalah sebagai berikut:

1. Apakah saya boleh mengetahui mengenai pembentukan Think Policy dan latar belakang gerakan Bijak Demokrasi?

2. Dalam penentuan target komunikasi, Think Policy dan Bijak Demokrasi menasar kelompok seperti apa? Usia, psikografisnya?
3. Dalam observasi yang saya temukan dari media sosial Think Policy dan Bijak Demokrasi, saya menemukan bahwa organisasi ini banyak membahas mengenai kebijaksanaan generasi muda dalam memilih baik dalam Pemilu maupun Pilkada. Apakah ada strategi komunikasi tertentu dari Think Policy untuk dapat menggapai generasi muda karena apabila dilihat dari data DPT, pemilih muda akan menjadi mayoritas di tahun 2024 ini?
4. Pada saat ini, Anda dan Tim Think Policy banyak mengeluarkan kampanye seputar mengawal Pesta Demokrasi 2024. Apakah ada kesulitan dalam penyampaian pesan kepada masyarakat?
5. Dalam Tugas Akhir ini, saya akan secara khusus membentuk sebuah kampanye yang mengajak Generasi Z dan Milennial untuk berpartisipasi aktif baik secara pemilih maupun dalam mengawal segala prosesi Pilkada ini. Adakah insight yang bisa diberikan dari kalian sebagai penyelenggara sebelumnya kepada aku yang mungkin ingin menasar target generasi muda untuk lebih aktif lagi dalam berpolitik?
6. Selama ini output design yang dibuat untuk Think Policy dan Bijak Demokrasi ini berupa apa aja selain media sosial? Apakah ada website atau media cetak lain?

3.3.2.5 Wawancara dengan *Art Director* Ogilvy Indonesia, Satrio Cito Josai

Wawancara dilakukan dengan *Art Director* Ogilvy Indonesia, Satrio Cito Josai untuk mendapatkan wawasan profesional tentang pelaksanaan kampanye dan strategi komunikasi kampanye yang berhasil menggaet generasi muda (Generasi Z sebagai target primer). Melalui

wawancara ini, penulis dapat menggali lebih dalam psikografis dari target kampanye serta komunikasi apa yang digunakan untuk meraih pendekatan dengan generasi muda. Informasi ini akan membantu dalam merancang kampanye yang tidak hanya informatif mengenai kampanye dan informasi seputarnya, namun juga memberikan panduan yang tepat bagi audiens kampanye untuk berpartisipasi aktif dalam pengawalan Pilkada 2024. Instrumen pertanyaan wawancara kepada narasumber adalah sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi faktor penentu bahwa sebuah kampanye dinilai berhasil atau sukses mencapai targetnya?
2. Berdasarkan pengalaman Anda di bidang desain dan kreatif, bagaimana Anda menentukan output media sesuai kebutuhan target audiens yang beragam (misalnya, media sosial, poster, video)? Apakah ada tantangan khusus dalam menerapkan desain di saluran tertentu?
3. Dalam menilai sebuah desain, bagaimana Anda memastikan bahwa desain visual mendukung pesan utama kampanye sekaligus sesuai dengan target yang ingin dicapai?
4. Berdasarkan pengalaman anda, bagaimana cara anda merancang strategi kampanye? Apakah ada pendekatan tertentu yang anda gunakan?
5. Bagaimana cara mengaplikasikan data atau analisis yang dalam perencanaan kampanye?
6. Bagaimana caranya agar pesan dalam kampanye tersampaikan tanpa terasa seperti iklan untuk target atau biasa disebut sebagai *soft selling*?

3.3.2.6 Wawancara dengan Target Perancangan Kampanye

Wawancara dilakukan dengan enam orang calon pemilih di Pilkada Banten 2024 yang telah disesuaikan dengan subjek penelitian untuk mendapatkan wawasan tentang perspektif mereka akan urgensi mengikuti Pilkada Banten dan langkah-langkah mengawal keberlangsungan Pilkada Banten 2024. Melalui wawancara ini, penulis dapat menggali lebih dalam psikografis dari target kampanye serta komunikasi apa yang digunakan untuk meraih partisipasi target terhadap isu politik, terkhususnya terkait pemilihan umum. Informasi ini akan membantu dalam merancang kampanye yang tidak hanya informatif mengenai kampanye dan informasi seputarnya, namun juga memberikan panduan yang tepat bagi audiens kampanye untuk berpartisipasi aktif dalam pengawalan Pilkada 2024. Instrumen pertanyaan wawancara kepada narasumber adalah sebagai berikut:

1. Perkenalan nama dan apa latar pekerjaan Anda?
2. Apakah Anda akan menjadi pemilih untuk Pilkada 2024?
Jika iya, mengapa? Jika tidak, mengapa? (Iya: Apakah Anda sudah mengetahui mengenai paslon yang Anda pilih? -
Pertanyaan lanjutan: Apa kriteria Anda ketika memilih paslon?)
3. Menurut Anda, apakah Pilkada 2024 penting untuk diikuti?
(Iya: Apakah ada dampak yang dirasakan dengan mengikuti Pilkada 2024?, Tidak: Mengapa menurut Anda, mengikuti Pilkada 2024 tidak penting?)
4. Apakah Anda tertarik mengenai isu politik? Biasanya isu apa yang menjadi keprihatinan terbesar Anda?
5. Apa isu yang paling Anda prihatinkan mengenai pemerintah daerah atau regulasi yang ada di Banten?
6. Menurut Anda, apakah arti dari mengawal pemilihan umum?
7. Menurut Anda, mengawal pemilihan umum itu dilakukan dengan cara apa?

8. Menurut Anda, apa saja yang termasuk sebagai bentuk kecurangan di dalam pemilihan umum?
9. Apakah jika Anda menemukan kecurangan di lapangan, apakah Anda akan bersedia melaporkan?
10. Jika ada masalah/isu politik yang Anda temukan, apakah Anda adalah tipe yang akan menyuarakan pendapat Anda? Baik di internet maupun di tempat lainnya?
11. Jenis media apa yang menjadi sarana menerima informasi Anda sehari-hari?
12. Media sosial apa yang paling banyak digunakan untuk mencari isu politik?
13. Jika Anda ingin berpartisipasi dalam Pilkada 2024, Informasi seperti apa yang paling Anda butuhkan?
14. Menurut Anda, apa yang menjadikan sebuah media menarik untuk diikuti?

3.3.3 Kuesioner

Penulis menggunakan teknik kuesioner berjenis random sampling yang ditujukan kepada masyarakat Banten sebanyak 149 orang, difokuskan pada responden usia 18—27 tahun sebagai usia primer dan 28-43 sebagai usia sekunder untuk mengumpulkan data mengenai tingkat pengetahuan dan persepsi mereka tentang Pilkada Serentak 2024, serta mengidentifikasi antusiasme dan partisipasi target terhadap Pilkada Serentak 2024 untuk merancang materi dan strategi kampanye yang efektif serta tepat sasaran. Penentuan jumlah responden yang disasar didasarkan pada kebutuhan pengadaan kuesioner sebagai sumber sekunder. Instrumen pertanyaan kuesioner diambil dari teori Purwanto (2018) adalah sebagai berikut:

3.3.3.1 Halaman Pembuka

1. Usia (<18 tahun/18-27 tahun/28-43 tahun/>43 tahun)
2. Domisili Kota/Kabupaten (Banten) (Kabupaten Lebak, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Serang, Kabupaten

Tangerang, Kota Cilegon, Kota Serang, Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan)

3. Jumlah Pengeluaran dalam Sebulan (termasuk segala biaya hidup - per kepala) (<Rp880 ribu/Rp880 ribu – Rp2 juta/>Rp2 juta)

3.3.3.2 Apabila memilih iya (Section 1)

1. Seberapa tertarik Anda mengenai isu politik di Indonesia? (1 = Sangat Tidak Tertarik, 5 = Sangat Tertarik)
2. Menurut Anda, apakah arti dari mengawal pemilihan umum? (Long Answer)
3. Biasanya isu apa yang menjadi keprihatinan terbesar Anda di Banten? (Maksimal memilih tiga) (Korupsi, Politik Dinasti, Kemacetan, Polusi dan Isu Lingkungan, Tapera (Tabungan Perumahan Rakyat), Pendidikan, Penyalahgunaan Peraturan, Kesehatan, Lainnya (Bisa Isi Sendiri))
4. Apakah Anda sudah mengetahui akan memilih siapa dalam Pilkada 2024? (Ya/Tidak)
5. Apakah Anda mendasari pilihan anda berdasarkan pertimbangan akan setiap kebijakan paslon. (1 = Sangat Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju)
6. Apa kriteria Anda ketika memilih paslon dalam pemilihan umum? (Kebijakan paslon, Rekam jejak paslon, Agama, Ras dan suku, Lainnya (Isi Sendiri))
7. Apakah jika Anda menemukan kecurangan di lapangan, apakah Anda akan bersedia melaporkan? (Ya/Tidak)
8. Apakah Anda mengetahui apa yang harus dilakukan ketika menemukan kecurangan? (Ya/Tidak)
9. Apakah Anda ikut menyebarkan mengenai Pilkada 2024 kepada teman, keluarga, atau lingkungan sekitar? (Ya/Tidak)

10. Jika ada isu politik yang Anda temukan, apakah Anda adalah tipe yang akan menyuarakan pendapat Anda? (Baik di media sosial atau tempat lainnya) (Ya/Tidak)

3.3.3.3 Apabila memilih iya (Section 2)

1. Bagaimana Anda mengakses informasi sehari-hari? (Bisa memilih lebih dari satu) (Media Sosial (Instagram, X, TikTok, Facebook, dsb), Siaran Berita (Youtube dan/atau TV), Majalah, Buku/e-book, Berita Online (detik.com, kompas, dsb), Lainnya (Isi Sendiri))
2. Media sosial apa yang paling sering Anda gunakan sehari-hari? (TikTok/Instagram/Facebook/X)
3. Media apa yang menjadi sarana utama Anda mencari berita Pilkada 2024? (Bisa pilih lebih dari satu) (Media Sosial, Website Berita, Siaran Berita (Youtube dan/atau TV), Koran, Majalah, Lainnya (Isi sendiri))
4. Informasi seperti apa yang paling Anda butuhkan mengenai Pilkada 2024? (Bisa pilih lebih dari satu, maksimal 3) (Profil Paslon; Kebijakan setiap paslon + dampak setiap kebijakan; Waktu dan tempat TPU dimana saya terdaftar, Prosedur melaporkan kecurangan; Isu-isu yang perlu diselesaikan; Cara memilih dan menyoblos di TPU; Pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan setiap paslon; Lainnya (Isi sendiri))
5. Menurut Anda, faktor apa yang membuat Anda merasa sebuah media menjadi menarik untuk diamati dan diikuti? (Bisa pilih lebih dari satu) (Foto; Ilustrasi; Tulisan; Warna; Pesan; Lainnya (Isi sendiri))
6. Apa Anda pernah melihat sebuah kampanye mengenai partisipasi dalam Pilkada 2024? Jika pernah, dimana Anda melihat kampanye tersebut? (Short Answer)

7. Apakah Anda bersedia dihubungi untuk melakukan Focus Group Discussion atau Wawancara? Jika Ya, silakan tinggalkan nomor WA atau email Anda. (Short Answer)

3.3.3.4 Apabila memilih tidak (Section 1)

1. Mengapa Anda tidak ingin memilih di Pilkada 2024? (Kurangnya informasi akan paslon dan kebijakannya; Tidak merasakan urgensi dari ikut serta; Persepsi negatif akan kegiatan politik; Masalah domisili; Lainnya (Isi sendiri))
2. Apakah Anda sebelumnya memilih di Pemilu 2024?
3. Menurut Anda, seberapa penting mengikuti Pilkada Banten 2024? (1 = Sangat Tidak Penting, 4 = Sangat Penting)
4. Apabila sebelumnya memilih di Pemilu 2024, mengapa tidak berpartisipasi di Pilkada 2024? (Jika tidak ikut serta dalam Pemilu 2024, silakan pilih “Saya tidak memilih di keduanya”) (Saya tidak memilih di keduanya; Tidak mengenali paslon dan kebijakan mereka; Tidak terlalu antusias dengan Pilkada 2024; Tidak akan berdampak secara besar dan langsung; Pemilu dinilai lebih urgensi dan penting; Lainnya (Isi sendiri))
5. Apa isu yang paling Anda prihatinkan mengenai pemerintah daerah atau regulasi yang ada di Banten? (Maksimal memilih tiga) (Korupsi; Politik Dinasti, Kemacetan; Polusi dan Isu Lingkungan; Tapera (Tabungan Perumahan Rakyat); Pendidikan; Penyalahgunaan Peraturan; Kesehatan; Lainnya (Bisa Isi Sendiri))
6. Menurut Anda, apakah arti dari mengawal pemilihan umum? (Long Answer)
7. Saya menganalisa dengan jelas mengenai paslon dan kebijakannya sebelum memilih untuk golput. (1 = Sangat Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju)

8. Saya mengetahui dampak yang jelas dari keputusan saya untuk golput. (1 = Sangat Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju)
9. Apa kriteria Anda ketika memilih paslon dalam pemilihan umum? (Usia paslon; Kebijakan paslon; Rekam jejak paslon; Agama; Ras dan suku; Lainnya (Isi Sendiri))
10. Jika ada isu politik yang Anda temukan, apakah Anda adalah tipe yang akan menyuarakan pendapat Anda? (Baik di media sosial atau tempat lainnya) (Ya/Tidak)

3.3.3.5 Apabila memilih tidak (Section 1)

1. Bagaimana Anda mengakses informasi sehari-hari? (Bisa memilih lebih dari satu) (Media Sosial (Instagram, X, TikTok, Facebook, dsb), Siaran Berita (Youtube dan/atau TV), Majalah, Buku/e-book, Berita Online (detik.com, kompas, dsb), Lainnya (Isi Sendiri))
2. Media sosial apa yang paling sering Anda gunakan sehari-hari? (TikTok/Instagram/Facebook/X)
3. Media apa yang menjadi sarana utama Anda mendapat berita atau informasi? (Bisa pilih lebih dari satu) (Media Sosial, Website Berita, Siaran Berita (Youtube dan/atau TV), Koran, Majalah, Lainnya (Isi sendiri))
4. Informasi seperti apa yang paling Anda butuhkan dalam memilih? (Bisa pilih lebih dari satu, maksimal 3) (Profil Paslon, Kebijakan setiap paslon + dampak setiap kebijakan, Waktu dan tempat TPU dimana saya terdaftar, Prosedur melaporkan kecurangan, Isu-isu yang perlu diselesaikan, Cara memilih dan menyoblos di TPU, Pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan setiap paslon, Lainnya (Isi sendiri))
5. Menurut Anda, faktor apa yang membuat Anda merasa sebuah media menjadi menarik untuk diamati dan diikuti?

(Bisa pilih lebih dari satu) (Foto; Ilustrasi; Tulisan; Warna; Pesan; Lainnya (Isi sendiri))

6. Apa Anda pernah melihat sebuah kampanye mengenai partisipasi dalam Pilkada 2024? Jika pernah, dimana Anda melihat kampanye tersebut? (Short Answer)
7. Apakah Anda bersedia dihubungi untuk melakukan Focus Group Discussion atau Wawancara? Jika Ya, silakan tinggalkan nomor WA atau email Anda. (Short Answer)

3.3.4 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan penulis untuk mengetahui lebih banyak mengenai kampanye serupa yang pernah dilaksanakan sebelumnya, bagaimana penggunaan visual, gaya komunikasi, dan *output* media yang mereka miliki. Pada studi eksisting ini, penulis akan menganalisis dua media yang menyebarkan isu serupa yaitu Bijak Memilih dan Kawal Pemilu. Selain itu, akan dilakukan analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats* (SWOT)

3.3.5 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan penulis untuk mencari referensi *output* yang diinginkan untuk perancangan kampanye. Pada studi referensi ini, penulis akan menganalisa empat media yang diberikan oleh narasumber ahli sebagai referensi yang bisa diikuti yaitu Kampanye Prabowo-Gibran 2024, Tahilalats, Hai Dudu, dan Demokrasi Kita. Pemilihan studi referensi ini dikarenakan adanya kesamaan target yang disasar oleh kampanye-kampanye yang dipilih dengan penelitian yang penulis lakukan.