

Analisa Strategi Desain Komunikasi Visual dalam Pendidikan Pemilu 2024 Studi Kasus Bijak Memilih

Putri Merak Jingga Sameto, S.Sn., M.Ds.

dan A.K Patra Suwanda, S.Sn., M.Sn.

Email : sjingasameto@gmail.com,

patrasuwanda@digitechuniversity.ac.id

ABSTRAK

Tahun 2024 menjadi momen penting bagi rakyat Indonesia dalam memilih pemimpin baru melalui Pemilu. Partisipasi aktif masyarakat, khususnya generasi muda, sangatlah krusial dalam menentukan masa depan bangsa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi dan pendidikan politik yang efektif dalam meningkatkan partisipasi generasi muda dalam Pemilu 2024. Fokus penelitian ini adalah Bijak Memilih, sebuah gerakan independen yang memfokuskan edukasi politik bagi generasi muda melalui platform media sosial. Penelitian ini akan meneliti bagaimana Bijak Memilih menyampaikan pendidikan politik dengan cara yang mudah dipahami dan menarik bagi generasi muda yang tidak memiliki latar belakang politik.

Kata Kunci: Pendidikan Politik, Pemilu 2024, Bijak Memilih, Komunikasi Visual

ABSTRACT

The year 2024 marks a crucial moment for the Indonesian people to elect new leaders through the General Election. Active participation from the public, especially the younger generation, is crucial in determining the nation's future. This study aims to analyze effective communication and political education strategies to enhance the participation of young people in the 2024 General Election. The focus of this research is Bijak Memilih, an independent movement that focuses on political education for the younger generation through social media platforms. This study will examine how Bijak Memilih delivers political education in a way that is easy to understand and engaging for young people with no political background.

Keywords: *Political Education, 2024 General Election, Bijak Memilih, Visual Communication*

PENDAHULUAN

Tahun 2024 merupakan pesta demokrasi di Indonesia, dimana terjadi pemilihan pemerintahan yang baru secara serentak, mulai dari Presiden dan Wakil

Presiden, anggota legislatif, hingga pemimpin daerah. Partisipasi politik merupakan kegiatan rakyat yang bertindak untuk mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh pemerintah (Kasustentang et al., 2021). Pemilu merupakan sebuah proses agar masyarakat mendapatkan seorang pemimpin yang berintegritas, adil dan mengutamakan kepentingan negara serta kesejahteraan rakyat. Maka dari itu, tahun 2024 merupakan tahun yang penting dan krusial bagi masyarakat Indonesia.

Generasi muda saat ini mempunyai suara terbesar untuk kemenangan pemilu 2024 sampai 60% (Azzahra et al., 2024). Maka, strategi komunikasi dan pendidikan politik yang efektif dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu. Bijak Memilih adalah sebuah gerakan independen yang diinisiasi oleh *Think Policy* dan *What Is Up, Indonesia?* untuk memberikan pendidikan pemilu agar masyarakat, khususnya orang muda, bisa membuat pilihan yang didasari oleh informasi berkualitas yang berisi kurasi informasi tentang profil dan rekam jejak partai politik dan capres, termasuk kontroversi dan posisi pada kebijakan tertentu. Pendidikan politik seringkali dianggap sulit dimengerti oleh masyarakat awam, dan dengan adanya sosial media, pendidikan politik menjadi mudah terpolarisasi oleh kubu tertentu.

Dalam penelitian ini, penulis menganalisa bagaimana pendidikan politik dapat disampaikan dengan komunikasi yang efektif dan pendekatan yang tepat untuk orang muda sebagai pemilih terbanyak dalam pemilu yang tidak memiliki latar belakang politik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memperoleh gambaran mendalam tentang permasalahan yang diteliti. Penelitian deskriptif tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang.

Pengumpulan data dilakukan melalui berbagai teknik, yaitu:

1. **Observasi:** Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung perilaku dan interaksi yang terjadi di lapangan.
2. **Analisis Dokumen:** Analisis dokumen dilakukan untuk mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian, seperti artikel ilmiah, laporan penelitian, dan data statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Teori Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan seni dalam mengkomunikasikan informasi atau pesan menggunakan visual dalam bentuk media desain. DKV memiliki peran menyampaikan sebuah pesan dan informasi kepada pembaca dengan menggunakan kekuatan visual seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout, dan lainnya dengan teknologi.

Cenadi (1999) menerangkan 3 fungsi dasar DKV, yaitu sebagai sarana identifikasi, sarana informasi dan instruksi, dan terakhir sarana presentasi dan promosi.

1. DKV sebagai sarana identifikasi

Desain Komunikasi Visual berfungsi memberi identitas kepada produk. Dengan adanya identitas, maka produk lebih mudah untuk dikenali dan diingat oleh audiens. Selain itu, identitas juga berfungsi sebagai pembeda antara produk satu dengan produk yang lainnya.

2. DKV sebagai sarana informasi dan instruksi

DKV bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara hal yang satu dengan lainnya dalam suatu petunjuk. DKV haruslah bersifat universal, karena simbol-simbol yang digunakan harus informatif dan mudah dipahami oleh orang-orang dari berbagai kalangan.

3. DKV sebagai sarana presentasi dan promosi

Tujuan DKV adalah menyampaikan pesan sehingga mendapatkan atensi secara visual dan pesan tersebut dapat diingat. Gambar maupun kata-kata

yang dipilih haruslah bersifat membujuk dan menarik sehingga dapat menjual suatu produk atau jasa.



Gambar 1: Visual Website Bijak Memilih (Sumber: bijakmemilih.framer.website)

Bijak Memilih menggunakan palet warna warna hijau, putih, dan oranye. Hijau melambangkan pertumbuhan, harmoni, dan keseimbangan yang dapat menyampaikan rasa harapan dan positività terkait pemilihan umum. Putih sering dikaitkan dengan kemurnian dan transparansi, sementara oranye dapat melambangkan gairah atau urgensi, yang membuat konten lebih berkesan. Pada website Bijak Memilih juga menggunakan kombinasi *font* yang tebal dan mudah dibaca untuk judul dan teks utama untuk membantu dalam menekankan informasi penting dan menjaga kelancaran pembacaan di seluruh situs. Bijak Memilih juga menggunakan gambar dan ikon yang dibuat dengan gaya kartun terkait politik, pemilihan umum, dan kandidat dengan gaya visual yang bersahabat dan tidak intimidatif, mendorong partisipasi dengan pendekatan yang positif. Konten pada

website ini terlihat terorganisir dengan baik dengan bagian yang jelas, judul, dan navigasi. Hal ini membantu dalam memandu pengguna melalui informasi secara efektif dan menciptakan hierarki visual yang terkoordinasi. Secara keseluruhan, desain ini sangat efektif dalam menyampaikan pesan penting dengan cara yang menarik dan inklusif, menggunakan elemen-elemen desain yang saling mendukung untuk mencapai tujuan komunikatifnya.

2. Strategi Komunikasi Pendidikan Politik

Media sosial telah menjadi platform penting bagi komunikasi politik, terutama dalam hal pendidikan politik yang ditujukan kepada generasi muda. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan tersebut di sosial media. Salah satu strategi yang efektif adalah menciptakan konten yang menarik dan mudah dipahami, seperti dengan menggunakan bahasa sederhana agar audiens dapat dengan mudah memahami pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, informasi dapat disajikan dalam format yang menarik dan interaktif seperti video, infografis, dan meme. Penggunaan humor dan cerita juga dapat meningkatkan daya tarik konten dan relatability bagi audiens. Dalam hal ini, Bijak Memilih memproduksi konten-konten sosial media yang memberikan pendidikan politik pada audiens dengan bahasa yang mudah dimengerti, dan visual “meme” yang *relatable* dengan audiens.





Gambar 2: Konten Sosial Media Bijak Memilih

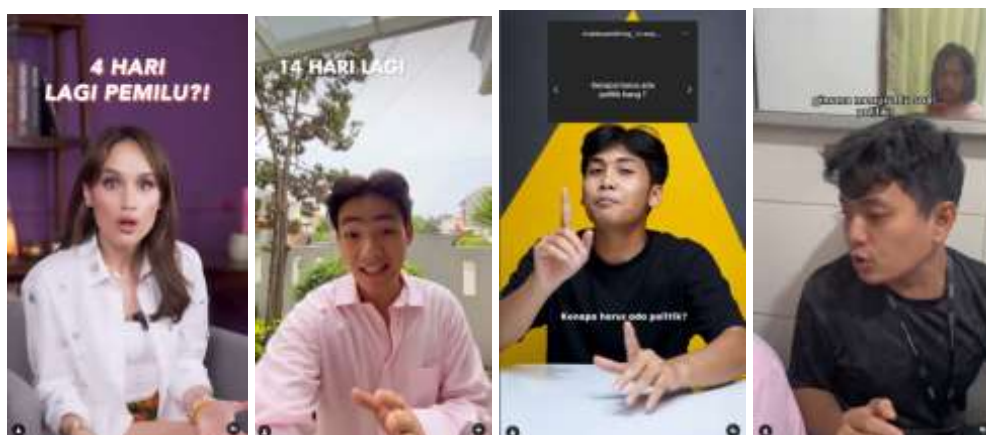
(Sumber: <https://www.instagram.com/bijakmemilih.id/>)

Strategi lainnya adalah dengan menciptakan platform yang memungkinkan interaksi dan partisipasi dari *audience*. Dapat dilakukan dengan menggunakan fitur tanya jawab, polling, dan komentar agar audiens merasa terlibat dan mempunyai kesempatan untuk berpartisipasi. Dalam sosial medianya, Bijak Memilih memiliki beberapa *campaign* yang dilakukan untuk mewadahi kreatifitas audiensnya di sosial media, dan menghasilkan *engagement* yang tinggi. Bijak Memilih memiliki sayembara pembuaraan poster “Jika Aku Menjadi Caleg”, dengan objektif untuk merespon masalah baliho dan poster calon legislatif saat masa kampanye yang kurang memberikan informasi gagasan dan visi misi. Bijak Memilih juga memiliki fitur Quiz untuk membantu audiens dalam menentukan partai apa yang cocok terhadap *stance* isu. Sebagai upaya meningkatkan interaksi dengan audiens, Bijak Memilih juga mengadakan Bimbingan Belajar sebelum pemilu dengan format Instagram Live, untuk menjawab banyaknya pertanyaan dari audiens yang masih belum memahami pendidikan politik.



Gambar 3: Konten Sosial Media Bijak Memilih
(Sumber: <https://www.instagram.com/bijakmemilih.id/>)

Berkolaborasi dengan influencer dan organisasi lain dapat dilakukan untuk menjangkau audience yang lebih luas. Penggunaan influencer yang kredibel dan memiliki reputasi yang baik juga dapat meningkatkan kredibilitas konten. Kelompok-kelompok online atau komunitas yang relevan juga dapat dilibatkan dalam upaya pendidikan politik. Bijak Memilih memperluas *awareness* pentingnya pendidikan politik pada beberapa influencer maupun organisasi, seperti Cinta Laura, Bintang Emon, Trio Netizen, Jerhemy Owen, Narasi.tv, hingga Youtube Indonesia.



Gambar 4: Kolaborasi Konten Sosial Media Bijak Memilih
(Sumber: <https://www.instagram.com/bijakmemilih.id/>)

3. Pengaruh Bijak Memilih Pada Pendidikan Politik

Dalam *post* sosial mediana, Bijak Memilih menyebutkan *impact report* yang dihasilkan selama kurang lebih satu tahun menjalankan kampanye pendidikan politik. Hasilnya, Bijak Memilih berhasil mendapatkan 1,4 Juta pengunjung unik ke website bijakmemilih.id dalam kelompok usia 17-40 tahun. Selain dipakai oleh orang muda yang beraktivitas di sosial media, Bijak Memilih juga diakses oleh beberapa pengguna Ojek Online hingga guru di beberapa daerah di Indonesia sebagai materi bahan ajar pendidikan politik Indonesia. Bijak Memilih menyebutkan bahwa 29% pengguna Bijak Memilih menjadi merasa lebih optimis terhadap sistem politik di Indonesia. Dalam sosial media, Bijak Memilih berhasil mendapatkan 92,6K followers selama kurang dari 1 tahun, dengan total 3,2M reach, dan 10+ kolaborasi dengan influencer maupun organisasi lain.



Gambar 5: Impact Report Bijak Memilih
(Sumber: <https://www.instagram.com/bijakmemilih.id/>)

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

DKV memiliki tiga fungsi dasar, yaitu sebagai sarana identifikasi, sarana informasi dan instruksi, dan sarana presentasi dan promosi. DKV sebagai sarana identifikasi memberikan identitas pada produk, sementara sebagai sarana informasi dan instruksi, DKV harus informatif dan mudah dipahami. Sedangkan sebagai sarana presentasi dan promosi, tujuan DKV adalah menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan persuasif untuk menjual produk atau jasa.

Bijak Memilih merupakan contoh pengaplikasian efektif dari DKV dalam komunikasi politik, khususnya dalam pendidikan politik melalui media sosial. Mereka menggunakan palet warna, jenis font, gambar, dan konten yang dirancang dengan cermat untuk menyampaikan informasi secara jelas dan menarik. Bijak Memilih juga telah berhasil meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pendidikan politik dan mempengaruhi persepsi positif terhadap sistem politik di Indonesia, dengan jumlah followers yang signifikan dan keterlibatan yang tinggi dari audiens dalam kampanye pendidikan politik mereka.

Dengan menggunakan strategi komunikasi yang disesuaikan dengan platform media sosial, menciptakan konten yang menarik dan mudah dipahami, serta melibatkan influencer dan kolaborasi dengan organisasi lain, Bijak Memilih telah berhasil mencapai tujuan pendidikan politik mereka dengan dampak yang signifikan. Ini menunjukkan bahwa Desain Komunikasi Visual yang efektif dalam konteks pendidikan politik dapat mempengaruhi persepsi, meningkatkan partisipasi, dan menciptakan dampak positif dalam masyarakat.

2. Saran

Analisis Lebih Lanjut tentang Pengaruh Desain Komunikasi Visual dalam Pendidikan Politik. Penelitian mendalam dapat dilakukan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana elemen-elemen Desain Komunikasi Visual seperti warna, tata letak, dan jenis font dapat memengaruhi cara pesan politik disampaikan dan diterima oleh masyarakat. Ini juga dapat melibatkan studi empiris untuk mengukur reaksi dan persepsi audiens terhadap berbagai jenis desain.

Studi Komparatif Antara Berbagai Kampanye Pendidikan Politik. Dengan melakukan perbandingan antara kampanye pendidikan politik yang menggunakan Desain Komunikasi Visual yang berbeda dapat memberikan wawasan yang berharga tentang strategi yang paling efektif dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat.

Eksplorasi Penggunaan Media Sosial untuk Pendidikan Politik: Penelitian lanjutan dapat fokus pada bagaimana penggunaan media sosial, termasuk platform dan strategi yang berbeda, mempengaruhi efektivitas kampanye pendidikan politik. Dengan melibatkan analisis data dan studi kasus, penelitian ini dapat memberikan pandangan yang lebih jelas tentang bagaimana Desain Komunikasi Visual dapat dioptimalkan dalam konteks media sosial.

Penelitian Partisipasi Masyarakat dalam Pendidikan Politik Melalui Desain Komunikasi Visual: Meneliti tingkat partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam kampanye pendidikan politik yang menggunakan Desain Komunikasi Visual dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dampak nyata dari desain tersebut terhadap kesadaran dan partisipasi politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, D., Sakhi, R. F., & Fathia, U. (2024). Keterlibatan Generasi Muda Dalam Demokrasi Dan Pemilu 2024. *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 3(1), 133-139.
<https://doi.org/10.30640/dewantara.v3i1.2119>
- Cenadi, C.S. (1999). Elemen-Elemen dalam Dasar Komunikasi Visual. *Jurnal Nirmana*, Volume 1, Nomor 1, Surabaya: Universitas Kristen Petra
- We Are Social & Meltwater. (2023). *Digital 2023 Indonesia*. Hootsuite.