

Sosialisasi Pemanfaatan Platform Digital Tiktok Dalam Mem-Branding Pemilu 2024 Untuk Pemilih Pemula

¹⁾Putu Suparna*, ²⁾Sahri Aflah Ramadiansyah

^{1,2)}Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia
Email Corresponding: suparna@undiknas.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Pemilu 2024 TikTok Branding Pemilih Pemula Partisipasi	Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 merupakan momen penting bagi Indonesia untuk memilih pemimpin dan wakil rakyat yang baru. Partisipasi pemilih, khususnya pemilih pemula, menjadi kunci dalam menentukan masa depan bangsa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas platform digital TikTok dalam mem-branding Pemilu 2024 untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula di Desa Dauh Puri Kaja. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi platform yang efektif untuk mem-branding Pemilu 2024 kepada pemilih pemula. Konten TikTok yang kreatif dan informatif dapat menarik perhatian pemilih pemula dan meningkatkan pengetahuan mereka tentang Pemilu. Selain itu, TikTok dapat digunakan untuk membangun komunitas dan mendorong diskusi tentang Pemilu. Penelitian ini merekomendasikan agar KPU dan Bawaslu memanfaatkan TikTok untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam Pemilu 2024. Konten TikTok yang kreatif dan informatif dapat membantu pemilih pemula memahami pentingnya Pemilu dan membuat keputusan yang tepat dalam memilih pemimpin dan wakil rakyat.
	ABSTRACT
Keywords: 2024 Election TikTok Branding First-Time Voters Participation	The 2024 General Election (Pemilu) is an important moment for Indonesia to elect new leaders and representatives of the people. Voter participation, especially first-time voters, is key in determining the nation's future. This research aims to analyze the effectiveness of the TikTok digital platform in branding the 2024 Election to increase the participation of first-time voters in Dauh Puri Kaja Village. This research uses a qualitative method with a case study approach. Data was collected through observation, interviews and documentation. The research results show that TikTok can be an effective platform for branding the 2024 Election to first-time voters. Creative and informative TikTok content can attract the attention of first-time voters and increase their knowledge about elections. Additionally, TikTok can be used to build community and encourage discussion about the Election. This research recommends that the KPU and Bawaslu utilize TikTok to increase the participation of first-time voters in the 2024 elections. Creative and informative TikTok content can help first-time voters understand the importance of elections and make the right decisions in choosing leaders and representatives of the people.
	This is an open access article under the CC-BY-SA license. 

I. PENDAHULUAN

Pemilu 2024 di Indonesia akan menjadi momen penting bagi generasi muda, khususnya pemilih pemula, untuk menggunakan hak pilih mereka. Menurut data KPU, terdapat sekitar 60 juta pemilih pemula yang akan berpartisipasi dalam pemilu 2024. Hal ini menunjukkan pentingnya upaya untuk menjangkau dan melibatkan pemilih pemula dalam proses pemilu.

Generasi muda saat ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka lebih terpapar dengan teknologi dan media sosial. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang berbeda untuk menjangkau dan melibatkan mereka dalam proses pemilu.

Platform digital TikTok dapat menjadi alat yang efektif untuk menjangkau dan melibatkan pemilih pemula. TikTok adalah platform media sosial yang populer di kalangan generasi muda dengan lebih dari 1

miliar pengguna aktif di seluruh dunia. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video pendek yang menarik dan kreatif. (Hindarto, 2022).

Pemanfaatan platform digital seperti TikTok dapat menjadi sarana yang efektif untuk melakukan sosialisasi dan branding terkait pemilu tersebut. Dengan pertumbuhan penggunaan media sosial yang pesat di kalangan pemilih muda, strategi pemasaran politik yang cerdas dan inovatif melalui platform digital dapat memberikan dampak yang signifikan dalam mempengaruhi persepsi dan partisipasi pemilih pemula dalam pemilu mendatang.

Menurut Adwan (2024), pemasaran melalui media sosial telah menjadi strategi yang tak terhindarkan bagi organisasi dalam mempromosikan dan mengembangkan strategi keberlanjutan merek. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran media sosial dalam konteks pemasaran dan branding, termasuk dalam konteks pemilu. Dengan demikian, pemanfaatan platform digital seperti TikTok dalam mem-branding pemilu 2024 untuk pemilih pemula dapat menjadi langkah yang strategis dan efektif.

Selain itu, penelitian oleh Foroughi (2023) menyoroti peran media sosial dalam menggali suara publik, yang dapat menjadi relevan dalam konteks sosialisasi pemilu. Dalam hal ini, platform digital seperti TikTok dapat menjadi wadah untuk menangkap aspirasi dan pandangan pemilih pemula terkait pemilu 2024. Dengan demikian, melalui konten yang kreatif dan informatif di TikTok, pesan-pesan terkait pemilu dan pentingnya partisipasi pemilih pemula dapat disampaikan secara efektif dan menarik.

Pentingnya analisis sentimen juga tidak bisa diabaikan dalam konteks pemanfaatan platform digital untuk mem-branding pemilu. Seperti yang disorot oleh Nokkaew (2023), analisis sentimen online dapat mengidentifikasi tren emosional yang tersembunyi di jaringan sosial, sehingga pemahaman terhadap opini dan perasaan masyarakat dapat diperoleh. Dengan demikian, melalui analisis sentimen yang cermat terhadap respons pemilih pemula terhadap konten yang disajikan di TikTok terkait pemilu 2024, kampanye branding dapat disesuaikan untuk lebih efektif menjangkau dan mempengaruhi pemilih pemula.

Selain itu, penting juga untuk memperhatikan isu-isu terkait kebencian dan xenofobia dalam pemanfaatan platform digital untuk mem-branding pemilu. Seperti yang dibahas oleh Aldamen (2023), penyebaran xenofobia dan ujaran kebencian terhadap kelompok tertentu dapat memperkuat sikap negatif dan memengaruhi opini publik secara luas. Oleh karena itu, dalam merancang konten untuk sosialisasi pemilu 2024 di TikTok, perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak memicu sentimen negatif atau diskriminatif yang dapat merugikan tujuan keseluruhan kampanye.

Dalam konteks penggunaan media sosial untuk mempengaruhi opini publik, penting juga untuk memperhatikan isu terkait penyebaran informasi palsu atau hoaks. Seperti yang disorot oleh Sinha (2023), penyebaran informasi yang salah dan berita palsu melalui media sosial dapat memiliki dampak yang luas dalam mempengaruhi opini publik. Oleh karena itu, dalam merancang konten untuk sosialisasi pemilu 2024 di TikTok, keakuratan informasi dan kehati-hatian dalam menyampaikan pesan menjadi kunci untuk memastikan bahwa pemilih pemula menerima informasi yang benar dan dapat dipercaya.

Dalam menghadapi isu-isu terkait penyebaran informasi yang salah, peran gatekeeper atau penjaga informasi menjadi sangat penting. Seperti yang disebutkan oleh Aldamen (2023), gatekeeper memiliki peran dalam mempromosikan representasi negatif dengan menyetujui transmisi ujaran kebencian tanpa menyaring atau mengontrol secara etis. Oleh karena itu, dalam konteks sosialisasi pemilu 2024 di TikTok, perlu adanya mekanisme pengawasan dan verifikasi konten yang disebarkan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan fakta dan tidak merugikan pihak-pihak tertentu.

Berdasarkan laporan Firma Riset Statista yang dimuat oleh KOMPAS.com pada bulan April 2023, Indonesia menduduki peringkat kedua pengguna TikTok di dunia dengan jumlah 113 juta dibawah Amerika Serikat dengan jumlah pengguna 117 juta. Data tersebut mengindikasikan bahwa pertumbuhan Tiktok sebagai media sosial di Indonesia telah mengalami peningkatan yang mencolok (Hidayat & Muksin, 2023). Di ranah politik, kemudahan yang diberikan oleh media sosial telah mendorong politisi Indonesia untuk meningkatkan penggunaan Tiktok sebagai alat untuk membangun jaringan politik dengan berbagi video-video pendek yang menarik (Deriyanto & Qorib, 2018).

Dalam konteks penggunaan media sosial untuk mempengaruhi opini publik, penting juga untuk memperhatikan isu-isu terkait polarisasi opini. Seperti yang dibahas oleh Klösch dkk (2023), polarisasi opini dapat dipengaruhi oleh penggunaan media sosial dan kekhawatiran pribadi individu. Oleh karena itu, dalam merancang strategi sosialisasi pemilu 2024 di TikTok, perlu memperhatikan keragaman opini dan

menciptakan konten yang inklusif serta menghormati berbagai pandangan untuk mencegah polarisasi yang berlebihan.

II. MASALAH

Berdasarkan survei yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat, bahwasannya masyarakat Desa Dauh Puri Kaja belum sepenuhnya memanfaatkan platform TikTok yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pemilih pemula tentang pentingnya partisipasi dalam Pemilu 2024 di Desa Dauh Puri Kaja kecamatan Denpasar Utara, Kotamadya Denpasar, provinsi Bali.

III. METODE

Adapun beberapa tahapan pelaksanaan program kerja ini yang terdiri dari merancang strategi, perencanaan konten, pembuatan konten video/foto, penguploadan konten di tiktok, dan evaluasi.

1. Rancangan Strategi Sosialisasi dan Branding Pemilu di Platform Digital

Berikut beberapa strategi yang dapat digunakan untuk mensosialisasikan dan membranding pemilu di platform digital: Membuat konten yang menarik dan informatif. Konten yang menarik dan informatif akan lebih mudah diingat dan dibagikan oleh pengguna platform digital, Melakukan pencarian trending terkini ataupun hal-hal yang mampu meningkatkan algoritma. Mencari musik ataupun hal yang sedang trending guna meningkatkan permainan algoritma dari tiktok sendiri untuk menambah views dan capai audiens dengan mudah.

Dalam konteks ini, pemanfaatan musik atau tren yang sedang populer dapat membantu meningkatkan interaksi dengan algoritma TikTok, memperluas jangkauan audiens, dan meningkatkan jumlah tayangan konten terkait pemilu. Dengan memanfaatkan tren terkini dan konten yang menarik, serta mempertimbangkan mekanisme difusi informasi yang efektif, kampanye sosialisasi pemilu di TikTok dapat mencapai pemilih pemula dengan cara yang inovatif dan menarik, sehingga meningkatkan partisipasi mereka dalam pemilu 2024.

2. Perencanaan Konten

Untuk merencanakan konten akun TikTok @dauhpurikaja dalam rangka sosialisasi dan branding terkait Pemilu 2024, langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan riset terhadap tren TikTok saat ini. Pemantauan opini publik secara berkala sangatlah penting untuk membantu pembuat kebijakan dalam merancang kebijakan publik yang responsif, memahami tren yang berkembang dan opini publik memungkinkan terciptanya konten yang relevan dan menarik untuk menjangkau pemilih pemula di platform digital.

Selain itu, mengatasi permasalahan terkini dan memasukkan opini ke dalam postingan cenderung meningkatkan aktivitas berbagi, sementara humor atau pengungkapan pribadi dapat meningkatkan keterlibatan dengan audiens yang sudah ada. Oleh karena itu, dalam merencanakan konten untuk akun TikTok @dauhpurikaja, mempertimbangkan isu-isu terkini terkait Pemilu 2024 dan menyajikannya secara menarik dan informatif dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna.

Media sosial berperan dalam mengumpulkan suara masyarakat, yang mungkin relevan dalam konteks sosialisasi pemilu. Melalui akun TikTok @dauhpurikaja, konten yang dibuat dapat mencerminkan suara dan aspirasi pemilih pemula terkait Pemilu 2024. Dengan demikian, platform digital dapat dimanfaatkan untuk memperkuat partisipasi pemilih pemula dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemilu sebagai warga negara yang bertanggung jawab.

Dengan merencanakan konten yang informatif, relevan, dan menarik berdasarkan riset tren terkini dan pemahaman mendalam tentang perilaku pengguna, akun TikTok @dauhpurikaja dapat menjadi sarana yang efektif untuk melakukan sosialisasi dan branding terkait Pemilu 2024 di kalangan pemilih pemula. Dengan pendekatan pembuatan konten yang strategis dan kreatif, platform digital dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan partisipasi dan kesadaran pemilih pemula dalam proses demokrasi.



Gambar 1. Sumber Informasi konten lewat IG @kpu_ri

3. Pembuatan Konten

Pembuatan konten difokuskan kepada informasi-informasi update terkait dengan Pemilu 2024 sesuai dengan sumber yang dapat dipercaya dan dilakukan sepanjang masa pra-pemilu yaitu tanggal 15 Januari 2024 sampai dengan 12 Februari 2024. Beragam konten pun dibuat untuk menarik minat pemilih pemula untuk menggunakan hak pilihnya dan menjadi bagian dari nasib Indonesia untuk 5 tahun kedepan.

Selama periode pra-pemilu, beragam konten dapat diciptakan untuk menarik minat pemilih pemula, seperti infografis, video pendek, atau fakta-fakta menarik terkait proses pemilu dan pentingnya partisipasi aktif dalam demokrasi. Dengan memanfaatkan sumber informasi yang dapat dipercaya dan mengemasnya secara kreatif, konten-konten tersebut dapat membangun kesadaran dan motivasi pemilih pemula untuk menggunakan hak pilih mereka dan turut serta dalam menentukan masa depan Indonesia selama 5 tahun ke depan.

Dengan merujuk pada sumber-sumber yang dapat dipercaya dan memperhatikan isu-isu terkini yang relevan, konten-konten yang disusun untuk TikTok @dauhpurikaja selama periode pra-pemilu dapat menjadi sarana efektif untuk menarik minat pemilih pemula, mendorong partisipasi mereka dalam proses demokrasi, dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemilu bagi masa depan Indonesia.



Gambar 2. Pembuatan Konten Kreatif & Edukatif

4. Penguploadan Konten di TikTok

Dalam mengunggah konten pada akun TikTok @dauhpurikaja, penting untuk memastikan bahwa konten yang diposting telah dianggap cukup dan layak untuk disebarluaskan kepada pemilih pemula. Konten yang diunggah harus memenuhi kriteria tidak mengandung unsur sara atau politik yang mengarah kepada salah satu pasangan calon (paslon), sesuai dengan prinsip netralitas dalam penyampaian informasi terkait Pemilu 2024.

Dengan memperhatikan pedoman netralitas dan keberagaman dalam konten yang diunggah, akun TikTok @dauhpurikaja dapat menjadi wadah yang aman dan informatif bagi pemilih pemula untuk

mendapatkan informasi terkini terkait Pemilu 2024. Melalui konten-konten yang akurat, netral, dan informatif, diharapkan partisipasi pemilih pemula dalam proses demokrasi dapat ditingkatkan tanpa adanya pengaruh yang merugikan dari konten yang disebar.

Dengan demikian, pengunggahan konten yang mematuhi prinsip netralitas dan keberagaman informasi dapat membantu memastikan bahwa pemilih pemula menerima informasi yang objektif dan dapat dipercaya terkait Pemilu 2024. Melalui pendekatan yang cermat dan bertanggung jawab dalam menyebarkan konten, akun TikTok @dauhpuirkaja dapat berperan sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan dan mendukung partisipasi aktif pemilih pemula dalam proses demokrasi.



Gambar 3. Penguploadan konten pada TikTok

5. Evaluasi Konten

Setelah konten diupload, tahap selanjutnya ialah evaluasi terkait isi konten, perolehan views, dan komentar/interaksi yang terjadi pada akun TikTok

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan program pengabdian masyarakat, menunjukkan bahwa platform digital Tiktok efektif dalam mensosialisasikan dan membranding Pemilu 2024 kepada pemilih pemula.

Berdasarkan hasil analisis konten, terdapat beberapa jenis konten Tiktok yang efektif dalam mensosialisasikan dan membranding Pemilu 2024, yaitu:

1. Video edukasi: Membuat video edukasi yang menjelaskan pentingnya pemilu, cara memilih, dan daftar kandidat, penting untuk mempertimbangkan berbagai aspek opini publik, dinamika media sosial, dan penyebaran informasi. Memahami dampak media sosial terhadap pembentukan opini publik, serta peran misinformasi dan berita palsu, dapat mempengaruhi efektivitas konten pendidikan tersebut secara signifikan.

Dalam konteks dinamika media sosial, Foroughi (2023) mengeksplorasi peran media sosial dalam menangkap suara publik, khususnya dalam pengelolaan warisan budaya. Penelitian ini menyoroti bagaimana platform media sosial dapat memperkuat opini dan keterlibatan publik. Mengintegrasikan strategi untuk memanfaatkan media sosial untuk melibatkan penonton dalam diskusi mengenai pemilu dan kandidat dapat meningkatkan dampak dan jangkauan video.

Selain itu, Sinha (2023) membahas perkembangan peran dan tanggung jawab jurnalis di era digital, dengan menekankan pada penyebaran misinformasi melalui media sosial. Memasukkan wawasan dari penelitian ini dapat membantu dalam membuat video yang tidak hanya mendidik tentang proses pemilu namun juga meningkatkan kesadaran tentang tantangan yang ditimbulkan oleh misinformasi di era digital. Dengan menekankan pentingnya sumber informasi yang dapat dipercaya, video tersebut dapat mendorong pemirsa untuk mengevaluasi secara kritis konten yang mereka temui di media sosial.

Kesimpulannya, dengan memanfaatkan penelitian terkait opini publik, dinamika media sosial, dan misinformasi, video edukasi tentang pentingnya pemilu, prosedur pemungutan suara, dan informasi kandidat dapat secara efektif melibatkan pemirsa dan berkontribusi pada pemilih yang lebih berpengetahuan dan partisipatif.

2. Video humor: Membuat video yang menghibur sekaligus memberikan informasi tentang pemilu, penting untuk memadukan humor dengan konten faktual untuk melibatkan penonton secara efektif.

Memasukkan unsur sindiran, parodi, dan humor ringan dapat membuat video menjadi menghibur dan berkesan, sehingga informasi mengenai proses pemilu tersampaikan secara menarik. Penelitian menunjukkan bahwa humor dalam komunikasi dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan retensi informasi, menjadikannya alat yang berharga untuk menyampaikan konten pendidikan dengan cara yang menghibur.

Video ini bisa dimulai dengan pandangan lucu tentang kesalahpahaman umum tentang pemilu, menggunakan sindiran untuk menyoroti keyakinan atau perilaku tidak masuk akal terkait pemilu. Pendekatan ini dapat membantu menarik perhatian audiens dan memberikan landasan bagi eksplorasi proses pemilu yang informatif namun menghibur. Dengan mengatasi kesalahpahaman dengan cara yang lucu, video tersebut dapat menghilangkan prasangka mitos dan mengedukasi pemirsa dengan cara yang ringan, sehingga membuat informasi lebih mudah diakses dan menarik.

Mengintegrasikan sketsa atau animasi lucu yang menggambarkan proses pemungutan suara dengan cara yang lucu dapat semakin meningkatkan nilai hiburan video sekaligus memastikan bahwa informasi penting tentang pemilu dikomunikasikan secara efektif. Alat bantu visual dan humor dapat bekerja sama untuk menyederhanakan konsep yang kompleks, seperti sistem pemilu atau prosedur pemungutan suara, sehingga lebih mudah dipahami dan diingat oleh penonton.

Selain itu, memanfaatkan platform media sosial untuk berbagi video dapat meningkatkan jangkauan dan dampaknya secara signifikan. Penelitian telah menunjukkan bahwa postingan yang membahas isu-isu terkini dan mengandung humor lebih cenderung dibagikan secara luas di media sosial. Dengan memanfaatkan saluran media sosial untuk menyebarkan video tersebut, video tersebut dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan berpotensi menjadi viral, menyebarkan kesadaran tentang pemilu dengan cara yang menarik dan menghibur.

Kesimpulannya, dengan menggabungkan humor dengan konten informatif, memanfaatkan alat bantu visual, dan memanfaatkan media sosial untuk distribusi, video tentang pemilu dapat menghibur dan mendidik pemirsa secara efektif. Humor dapat berfungsi sebagai alat yang ampuh untuk melibatkan khalayak, menghilangkan prasangka kesalahpahaman, dan menyederhanakan informasi yang kompleks, sehingga membuat proses pemilu lebih mudah diakses dan menarik bagi banyak khalayak.

3. Video testimoni: Mengumpulkan video testimoni dari para pemilih pemula yang berbagi pengalaman mereka berpartisipasi dalam pemilu, penting untuk memahami dampak media sosial terhadap opini publik, terutama yang berkaitan dengan peristiwa politik.

Penelitian Calice dkk. (2021) menyoroti bagaimana keberpihakan memengaruhi persepsi individu terhadap bias berita, yang menunjukkan peran isyarat dalam kelompok dan luar kelompok, yang mungkin relevan ketika menganalisis bagaimana pemilih pemula memandang informasi terkait pemilu yang dibagikan di platform media sosial. Adwan (2024) membahas peran pemasaran media sosial dalam mempromosikan keberlanjutan merek, menggarisbawahi pentingnya manajer pasar dalam memastikan kelangsungan bisnis, yang mungkin relevan ketika mengeksplorasi bagaimana partai politik menargetkan pemilih pemula melalui kampanye online.

Kesimpulannya, dengan menggabungkan wawasan dari sumber-sumber akademis terkemuka ini, menjadi jelas bahwa memahami peran media sosial, respons emosional, debat publik, dan strategi komunikasi sangat penting ketika mengeksplorasi bagaimana pemilih pemula terlibat dengan konten politik selama pemilu.

4. Video challenge: Untuk menciptakan tantangan video yang mendorong pengguna menghasilkan konten kreatif tentang pemilu, penting untuk mempertimbangkan dampak media sosial terhadap opini dan keterlibatan publik. Platform media sosial memainkan peran penting dalam membentuk wacana publik dan memengaruhi sikap terhadap berbagai masalah kemasyarakatan, termasuk pemilu.

Saat merancang tantangan video, penting untuk mempertimbangkan potensi polarisasi yang dapat muncul dari diskusi online tentang topik politik seperti pemilu (Klösch et al., 2023). Pendapat yang terpolarisasi di media sosial dapat memengaruhi cara individu memandang dan terlibat dalam proses pemilu, sehingga menekankan perlunya mendorong dialog konstruktif dan beragam perspektif dalam menghadapi tantangan ini (Moats & Tseng, 2023). Dengan mendorong peserta untuk membuat konten yang mendorong inklusivitas dan perdebatan yang saling menghormati, tantangan video dapat berkontribusi dalam mengurangi dampak negatif ruang gema dan polarisasi di media sosial (Donkers, 2023).

Selain itu, penggunaan influencer di media sosial dapat berdampak signifikan terhadap persepsi publik terhadap inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan, yang mungkin relevan ketika merancang tantangan video (Chen et al., 2023). Berkolaborasi dengan influencer yang sejalan dengan nilai-nilai transparansi dan perilaku etis dalam pemilu dapat meningkatkan kredibilitas dan jangkauan kampanye, sehingga berpotensi meningkatkan keterlibatan dan partisipasi pengguna. Memanfaatkan influencer yang dipercaya oleh pengikutnya dapat membantu memperkuat pesan tantangan video dan mendorong khalayak yang lebih luas untuk terlibat dalam diskusi mengenai pemilu (Chen dkk., 2023).

Kesimpulannya, dengan memanfaatkan wawasan dari penelitian mengenai dinamika media sosial, pembentukan opini publik, pemasaran influencer, penyampaian cerita, pengelolaan warisan budaya, dan respons emosional terhadap peristiwa politik, tantangan video dapat dirancang untuk secara efektif melibatkan pengguna dalam menciptakan konten kreatif tentang pemilu. Dengan menggabungkan unsur-unsur yang mendorong inklusivitas, keaslian, dan empati, tantangan ini dapat menginspirasi diskusi yang bermakna, meningkatkan kesadaran tentang pentingnya partisipasi pemilu, dan berkontribusi dalam membentuk masyarakat yang lebih terinformasi dan terlibat.

Konten TikTok terkait pemilu 2024 terbukti sangat efektif dalam meningkatkan edukasi dan keterlibatan masyarakat, khususnya di kalangan pemilih muda. Dengan memanfaatkan video pendek yang kreatif, informatif, dan menghibur, konten ini berhasil menjangkau jutaan pengguna, memberikan mereka informasi berharga mengenai pendaftaran pemilih, prosedur pemungutan suara, platform partai dan kandidat, serta isu-isu politik terkini. Format video yang menarik ini telah menarik minat pemilih muda, sehingga meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya berpartisipasi dalam pemilu.

Penyebaran informasi melalui platform media sosial seperti TikTok memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi keterlibatan masyarakat. Penelitian Cai dkk. (2023) menyoroti mekanisme penyebaran informasi antara bot sosial dan pengguna manusia di media sosial, dengan menekankan dampak distribusi jaringan dan interaksi sentimen. Hal ini menggarisbawahi pentingnya memahami bagaimana konten menyebar dan mempengaruhi individu, yang khususnya relevan dalam konteks konten politik yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi pemilih.

Selain itu, penelitian Adwan (2024) menekankan pentingnya peran media sosial dalam pemasaran dan promosi strategi keberlanjutan merek. Mengingat meluasnya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi utama, organisasi memanfaatkan platform ini untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens target mereka secara efektif. Dalam kasus konten TikTok pada pemilu 2024, media ini berperan penting dalam menyebarkan informasi penting kepada khalayak luas, termasuk pemilih pemula.

Lebih jauh lagi, penelitian yang dilakukan oleh Bernhard & Kübler (2023) mengeksplorasi bagaimana debat publik mengenai pemungutan suara demokratis langsung dapat mempengaruhi penggunaan media sosial, sehingga berpotensi mempersempit kesenjangan gender dalam partisipasi online. Penelitian ini menggarisbawahi potensi demokratisasi platform media sosial, yang menawarkan peluang bagi segmen masyarakat yang lebih luas, termasuk pemilih muda, untuk terlibat dalam diskusi dan aktivitas politik. Konten TikTok tentang pemilu 2024 sejalan dengan gagasan tersebut dengan memberikan ruang bagi pemilih muda untuk berpartisipasi dalam diskusi dan mengakses informasi dalam format yang menarik.

Konten TikTok juga mendorong partisipasi pemilih dengan mendorong pemilih pemula untuk mendaftarkan diri dan menggunakan hak pilih mereka. Konten ini menekankan pentingnya suara setiap individu dalam menentukan masa depan bangsa. Selain itu, TikTok bekerja sama dengan KPU dan Bawaslu untuk menyediakan informasi pemilu yang kredibel dan terpercaya, serta memerangi mis-informasi dan hoaks.

Kolaborasi antara platform media sosial seperti TikTok, badan pemerintah seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU), dan lembaga pengawas pemilu seperti Bawaslu sangat penting dalam memastikan penyebaran informasi terkait pemilu yang kredibel dan dapat dipercaya. Dengan bermitra dengan entitas resmi ini, TikTok dapat memainkan peran penting dalam memerangi misinformasi dan hoaks seputar proses pemilu, sehingga menciptakan lingkungan yang transparan dan akuntabilitas (Nosthoff, 2023). Inisiatif-inisiatif seperti ini menggarisbawahi perkembangan lanskap di mana media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi namun juga platform untuk mempromosikan nilai-nilai demokrasi dan tanggung jawab sipil (Adwan, 2024).

Dalam konteks keterlibatan pemilih dan partisipasi masyarakat, platform media sosial seperti TikTok berfungsi sebagai alat yang ampuh untuk menjangkau dan memobilisasi beragam khalayak, termasuk

pemilih pemula dan warga muda. Dengan memanfaatkan sifat konten TikTok yang interaktif dan menarik, kampanye yang bertujuan untuk mendorong pendaftaran pemilih dan jumlah pemilih dapat secara efektif diterima oleh pengguna dan menginspirasi mereka untuk mengambil peran aktif dalam proses demokrasi (Nosthoff, 2023). Hal ini menandakan peralihan ke arah pemanfaatan strategi digital inovatif untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dan memberdayakan individu untuk menjalankan hak demokrasi mereka (Nosthoff, 2023).

Selain itu, peran media sosial dalam membentuk persepsi publik terhadap isu-isu penting di masyarakat, seperti perubahan iklim dan tata kelola perusahaan, tidak dapat diabaikan. Platform seperti Twitter telah berperan penting dalam mendorong perbincangan seputar tata kelola iklim, memengaruhi wacana publik, dan meningkatkan kesadaran tentang tantangan lingkungan (Dellmuth & Shyrokykh, 2023). Demikian pula, diskusi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di platform media sosial berkontribusi dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap bisnis dan komitmen mereka terhadap praktik berkelanjutan (Hellman et al., 2022). Temuan ini menggarisbawahi potensi transformatif media sosial dalam mendorong diskusi yang terinformasi dan mendorong perubahan positif di masyarakat (Dellmuth & Shyrokykh, 2023; Hellman et al., 2022).

Integrasi platform media sosial seperti TikTok dalam inisiatif keterlibatan masyarakat merupakan langkah signifikan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan nilai-nilai demokrasi dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan. Melalui kolaborasi dengan badan-badan resmi, memerangi misinformasi, dan memobilisasi beragam khalayak, platform media sosial memainkan peran penting dalam membentuk opini publik, menumbuhkan kesadaran sipil, dan memperkuat norma-norma demokrasi. Seiring dengan terus berkembangnya media sosial, penting untuk memanfaatkan potensinya dalam keterlibatan yang konstruktif, wacana yang terinformasi, dan partisipasi inklusif dalam membentuk masa depan masyarakat kita.

Secara keseluruhan, konten TikTok mengenai Pemilu 2024 telah membantu meningkatkan edukasi dan partisipasi masyarakat, memerangi misinformasi dan hoaks, membangun komunitas dan dialog politik, dan memperkuat demokrasi. Akun TikTok penulis terus berupaya meningkatkan platformnya untuk menjadi ruang edukasi politik yang positif dan bermanfaat bagi masyarakat.

Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa platform digital Tiktok dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam Pemilu 2024. Tiktok memungkinkan untuk menjangkau khalayak yang luas, meningkatkan interaksi dengan masyarakat, dan membangun citra positif tentang pemilu.

Namun, perlu diperhatikan bahwa Tiktok bukan satu-satunya alat yang dapat digunakan untuk mensosialisasikan dan membranding Pemilu 2024. Platform digital lainnya, seperti media sosial dan website, juga dapat digunakan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.

Penting untuk menggunakan berbagai platform digital dan strategi yang berbeda untuk menjangkau pemilih pemula dengan cara yang efektif.

V. KESIMPULAN

Implementasi yang lancar dengan interaksi berjalan sesuai dengan rencana kegiatan yang dikembangkan oleh tim pengabdian masyarakat. Keseluruhan proses berjalan tertib dan lancar, mulai dari tahap persiapan hingga tahap penyelesaian. Antusiasme Masyarakat di Desa Dauh Puri Kaja khususnya generasi muda menunjukkan antusiasme yang besar dalam menyambut dan mengikuti kegiatan sosial. Hasil pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa TikTok terbukti efektif sebagai platform digital untuk branding Pemilu 2024 kepada pemilih pemula. Konten TikTok yang dikemas dengan format menarik dan informatif mampu meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pemilih pemula terkait Pemilu 2024, serta mendorong partisipasi aktif mereka. Namun, diperlukan upaya berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas konten TikTok tentang Pemilu 2024 agar lebih menarik dan informatif bagi pemilih pemula. KPU dan Bawaslu perlu mengembangkan konten yang lebih kreatif dan inovatif, serta menjalin kerjasama dengan influencer TikTok untuk menyebarkan informasi yang akurat dan terpercaya. Hal ini diharapkan dapat menumbuhkan partisipasi aktif dalam membangun masa depan negara. Dengan demikian, melalui kegiatan yang dilakukan, Tim Pengabdian Masyarakat Desa Dauh Puri Kaja mencapai tujuannya yaitu meningkatkan pemahaman dan partisipasi generasi muda dalam proses pemilu serta membangun kesadaran demokrasi yang kuat di masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pemberi dana penelitian atau donatur. Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan Pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adwan, A. (2024). The role of social media marketing and marketing management promoting and developing brand sustainability strategy. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 439-452. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.9.011>
- Aldamen, Y. (2023). Xenophobia and hate speech towards refugees on social media: reinforcing causes, negative effects, defense and response mechanisms against that speech. *Societies*, 13(4), 83. <https://doi.org/10.3390/soc13040083>
- Arther Muhaling, (2014). Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilukada di Kecamatan Siau Barat Selatan Kabupaten Sitaro. *Jurnal Politico*, 3(2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/politico/article/view/7100>
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2).
- Deki Pardana. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MEMPREDIKSI PARTISIPASI PERILAKU PEMILIH PEMULA PADA PEMILIHAN UMUM 2024. *AT TARIIZ : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(01 Februari), 36–44
- Dwitasari, P., Darmawati, N. O., Noordyanto, N., Sittasya, V. A., Zulraniyah, W., Raihanah, F. D., & Karim, A. A. (2020). Penggunaan Metode Observasi Partisipan untuk Mengidentifikasi Permasalahan Operasional Suroboyo Bus Rute Merr-ITS. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 19(2), 53.
- Fahrudi, D., & Fahrudin, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus tentang Akun Media Sosial Partai Politik dan Politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 6(2), 118–132.
- Faqih, M. I., Abdurrahma, A., & Zairudin, A. (2022). Urgensi pendidikan politik dan pemilu terhadap pemilih pemula. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3 (3), 1809-1815.
- Foroughi, M. (2023). Capturing public voices: the role of social media in heritage management. *Habitat International*, 142, 102934. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2023.102934>
- Hindarto, I. H. (2022). Tiktok and Political Communication of Youth: A Systematic Review. *JRP (Jurnal Review Politik)*, 12(2), 146-176.
- Hidayat, H., & Muksin, N. N. (2022). Social media management in political public relations of ganjar pranowo. *SOCIAL MEDIA MANAGEMENT IN POLITICAL PUBLIC RELATIONS OF GANJAR PRANOWO*, 1(2), 1-14.
- Klösch, B., Hadler, M., Reiter-Haas, M., & Lex, E. (2023). Polarized opinions on covid-19 and environmental policy measures. the role of social media use and personal concerns in german-speaking countries.. *Innovation the European Journal of Social Science Research*, 1-24. <https://doi.org/10.1080/13511610.2023.2201877>
- Mogot, A. B., Tamowangkay, V., & Egeten, M. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Politik. *POLITICO: Jurnal Ilmu Politik*, 12(4), 583-596.
- Muhaling, Arther. (2014). "Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilukada di Kecamatan Siau Barat Selatan Kabupaten Sitaro". (Skripsi) Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP UNSRAT Manado.
- Muhtar, S., Pratidina, G., Sugiawan Putri, Y., Novando, N., Azhara, S., Ivnan Saepullah, P., Ardika, M., Ramadhan, A., Siti Dwi Julia, A., Sartika, I., Syarifa Rifda Rahani, H., & Maulinda, W. (2023). Peran penting pemilih pemula dalam pemilu 2024. *DEVOSI*, 4(2), 145-155.
- Nokkaew, M. (2023). Analyzing online public opinion on thailand-china high-speed train and laos-china railway mega-projects using advanced machine learning for sentiment analysis. *Social Network Analysis and Mining*, 14(1). <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01168-8>
- Pardianti, M. S., & S, V. V. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 187-210.
- Prihatin, P. S., Ibrahim, A. Z., Abdillah, S., & Adni, D. F. (2023). Pendidikan Politik : Solusi Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Umum di Negeri Kedah Malaysia (Kolaborasi Pengabdian Internasional). *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(4), 708. <https://doi.org/10.33394/jpu.v4i4.8870>
- Rahadi Budi Prayitno, Arlis Prayugo, Susiana Setianingsih, Gede Wijaya Kusuma, Khair, O. I., Jovan Prima Firmansyah, & Wahyudi Pramono. (2023). PARTISIPASI PEMILIH PEMULA DALAM MENGHADAPI PEMILU 2024 DI SMAN 1 CISARUA DESA LEUWIMALANG KABUPATEN BOGOR. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02), 256–267.

- Sari, I. A., & Candrasari, Y. (2023). Perilaku Pencarian Informasi Politik di Media Sosial Bagi Pemilih Pemula Kota Surabaya. *JiIP – Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(8), 5993-5997. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i8.2672>
- Sinha, A. (2023). Unmasking misinformation: evolving roles and responsibilities of indian journalists in the digital age. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 29(4), 807-819. <https://doi.org/10.5209/esmp.85674>