



## Kampanye Humas Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI melalui Film Kejarlah Janji di Kota Tangerang Selatan

Farrah Saphira<sup>1</sup>, Lilik Sumarni<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Alamat: Jakarta 2024. Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

Korespondensi penulis: [farrahshafira157@gmail.com](mailto:farrahshafira157@gmail.com)

**Abstract.** General Elections (Pemilu) are one of the important moments in democratic life in Indonesia. Indonesian elections are a true expression of democracy and a means for the people to declare their sovereignty over the state and government. Elections are based on Pancasila and the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia and are held in the Unitary State of the Republic of Indonesia (NKRI) based on the principle of direct, universal, free elections. , confidential, honest and fair Political participation in a democratic country shows that the people fulfill the highest legitimacy of state power (popular sovereignty), this is manifested in the form of participation in democratic political parties (elections) for the welfare of the people. A very interesting group of voters to follow and study Furthermore, novice voters or new voters are voters who are taking part in an election for the first time, especially the millennial generation, who have a crucial role in determining the future direction of the nation. This research aims to explore the understanding and perceptions of novice voters towards the election process, through the film "Kejarlah Janji". This research uses a qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews and analysis of the film "Kejarlah Janji". The research results show that first-time voters tend to have a limited understanding of the election process, but the film "Kejarlah Janji" is able to raise political awareness and motivate them to take part in the election.

**Keywords:** Films chase promises, First-time Voters, Participation, Public Relations Campaign, Relections.

**Abstrak.** Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan salah satu momen penting dalam kehidupan demokrasi di Indonesia. Pemilu Indonesia merupakan ekspresi demokrasi yang sesungguhnya dan sarana bagi rakyat untuk mendeklarasikan kedaulatannya atas negara dan pemerintahan Pemilu berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan diselenggarakan di Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) berdasarkan prinsip pemilu yang langsung, universal, bebas, rahasia, jujur, dan adil Partisipasi politik dalam negara demokrasi menunjukkan bahwa rakyat memenuhi legitimasi tertinggi kekuasaan negara (kedaulatan rakyat), hal ini diwujudkan dalam bentuk partisipasi dalam partai politik demokratis (pemilu) demi kesejahteraan rakyat Kelompok pemilih yang sangat menarik untuk diikuti dan dipelajari lebih lanjut adalah pemilih pemula atau Pemilih baru adalah pemilih yang baru pertama kali mengikuti pemilu, terutama generasi milenial, memiliki peran yang krusial dalam menentukan arah masa depan bangsa. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemahaman dan persepsi pemilih pemula terhadap proses pemilu, melalui film "Kejarlah Janji". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan analisis film "Kejarlah Janji". Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilih pemula cenderung memiliki pemahaman yang terbatas tentang proses pemilu, namun film "Kejarlah Janji" mampu membangkitkan kesadaran politik dan memotivasi mereka untuk turut serta dalam pemilu.

**Kata Kunci:** Film Kejarlah Janji, Pemilih Pemula, Partisipasi, Kampanye Public Relations Pemilu, Pendidikan Politik.

### 1. LATAR BELAKANG

Dalam pelaksanaan pemilihan umum pada beberapa daerah di Indonesia masih bermasalah terkait tingginya tingkat golongan putih (golput) akibat ketidakpuasan masyarakat terhadap kinerja politik. Pelaksanaan partai politik masih terancam penggunaan politik uang dalam mempengaruhi proses pemilihan, sehingga kepercayaan masyarakat kepada pemerintah.

Melihat hal tersebut perlu adanya penanganan dalam menangani rendahnya pendidikan pemilih bagi pemilih pemula. Sementara itu, dalam mewujudkan tingkat pendidikan politik masih terjadi kendala dimana Komisi Pemilihan Umum harus berperan aktif dalam memberikan sosialisasi tentang bagaimana pentingnya pendidikan politik bagi Pemilih Pemula dimana pada tahun 2024 akan dilaksanakan pemilihan Presiden.

Dasar dari Negara demokratis merupakan seberapa besar Negara melibatkan masyarakat dalam perencanaan maupun pelaksanaan pemilihan umum. Partisipasi masyarakat dalam politik merupakan salah satu wujud dari berhasilnya suatu penyelenggaraan pemilihan umum dengan memberikan hak pilihnya yang dimiliki oleh masyarakat sebagai hak pilih untuk memilih. Indonesia adalah Negara yang memakai sistem demokrasi, yakni kekuasaan pemerintahannya bermula dari Rakyat. Karenanya partisipasi pemilih menjadi perspektif yang signifikan dalam struktur Negara demokrasi.

Sejalan dengan itu, partisipasi menjadi aspek yang signifikan (penting) dalam struktur Negara demokrasi. Pendapat yang melandasi demokrasi yaitu individu yang paling memikirkan apa yang berguna baginya adalah individu tersebut. Sebab, keputusan politik yang telah ditetapkan dan dilakukan oleh pemerintah berdampak pada keberadaan warga, warga memiliki pilihan untuk ikut menentukan substansi pilihan yang mempengaruhi kehidupan mereka untuk kepentingan mereka, masyarakat dalam dalam mempengaruhi proses penetapan dan menjalankan keputusan politik.

Dalam pemilihan umum, misalnya berpartisipasi dapat mempengaruhi keaslian wilayah setempat terhadap calon pasangan yang terpilih. Setiap warga Negara memiliki kecenderungan dan kepentingannya sendiri untuk memutuskan keputusan mereka dalam pemilihan umum. Dapat dikatakan bahwa nasib pemimpin yang dipilih dalam pesta demokrasi bergantung pada kecenderungan masyarakat sebagai pemberi hak suara. Bukan itu saja, partisipasi dalam pengambilan keputusan dapat dipandang sebagai penilaian dan control masyarakat terhadap pemerintahan dan pemimpin. Menurut Undang-undang No.15 Tahun 2011 Mengenai dengan Penyelenggaraan pemilihan umum, dinyatakan bahwa *“untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan keputusan umum yang dapat menjamin terlaksananya hak politik bermasyarakat diperlukan penyelenggara pemilu yang profesional, punya integritas, akuntabilitas dan kapabilitas melalui KPU”*, sehingga dalam pelaksanaannya dapat memahami kerja sama masyarakat untuk membantu terlaksananya pemilihan umum yang bersifat jujur, adil dan bersih sesuai dengan system demokrasi dan kebijakan Warna Negara Indonesia.

KPU mesti bertindak profesional dengan memutuskan langkah apa saja yang mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat agar mereka sadar akan hak serta kewajiban sebagai warga Negara. Melakukan sosialisasi sebagai bentuk untuk mendorong partisipasi berpolitik masyarakat pada pemilu merupakan salah satu tugas KPU. Beberapa dari tugas tersebut secara jenjang jabatan dilakukan oleh Komisi pemilihan umum kabupaten/kota, komisi pemilihan umum pusat serta komisi pemilihan umum provinsi sesuai dengan yang telah dijelaskan pada UU No.15 Tahun 2011 mengenai komisi pemilihan umum. Oleh karena itu untuk membangun kesadaran politik pada masyarakat menjadi tugas Komisi Pemilihan Umum.

Indonesia sebagai negara yang menganut sistem demokrasi di mana pemegang kekuasaan tertinggi berada ditangan rakyat melaksanakan kegiatan Pemilu wajib dilakukan karena Pemilu merupakan pilar utama dari proses akumulasi kehendak rakyat dan indikator kesuksesan Pemilu terlihat dari tingkat partisipasi politik masyarakat terutama partisipasi memilih.

Merujuk pada ini strategi komunikasi yang dilakukan KPU RI melalui sosialisasi pendidikan politik. Sosialisasi pendidikan politik dimulai dari tahap pengenalan yang mencakup pengetahuan bernilai demokrasi dan bimbingan teknis mengenai pemberian hak suara secara tepat sehingga hak tersebut dianggap sah dan berdampak pada meningkatnya jumlah partisipan memilih.

Pemilu atau politik jarang dilihat dari perspektif kebudayaan. Ketua KPU RI Hasyim berharap melalui film drama komedi berjudul “Kejarlah Janji”, setidaknya film bukan sekadar tontonan, tetapi bisa menjadi tuntunan menyongsong Pemilu dan Pilkada Tahun 2024 di Indonesia, yaitu satu bangsa, satu nusa, satu bahasa. Hal ini ditegaskan Ketua KPU, Hasyim Asy’ari dalam sambutan Gala Premiere di Studio XXI Epicentrum Kuningan, Jakarta, Jumat 15 September 2023.

Pasal 12 huruf j Undang Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum mengamanatkan kepada KPU untuk menyosialisasikan penyelenggaraan pemilu yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kepada masyarakat. Untuk melaksanakan amanat tersebut, KPU perlu melakukan berbagai strategi dengan metode yang efektif agar dapat mencapai target yang optimal.



**Gambar 1. Poster Film Kejarlah Janji**

Sumber : <https://www.instagram.com/p/Cwe4x9hyaE/?igsh=MTFocjBzZDlhenk5MQ==>  
(di akses pada tgl 5 Juli 2024, 15.32 WIB )

KPU perlu melakukan kampanye sosialisasi yang lebih efektif dengan kampanye yang tidak hanya berdampak pada peningkatan kesadaran (*awareness*), tetapi juga mampu menginspirasi perubahan perilaku (*behavior change*) di kalangan pemilih dan masyarakat umum. Kampanye ini harus lebih variatif dan inovatif, menggunakan pendekatan baru yang segar. Salah satu caranya adalah melalui pembuatan film cerita layar lebar. Film dapat berfungsi sebagai hiburan yang menyenangkan bagi penonton, namun juga bisa menyampaikan pesan edukatif yang kuat.

Film merupakan bagian dari media komunikasi massa yang sering digunakan untuk menggambarkan kehidupan sosial dalam masyarakat, dengan menggabungkan elemen visual dan audio. Hal ini menjadikannya sarana yang sangat menarik dalam menyampaikan pesan, cerita, dan emosi kepada penonton. Visual dalam film mencakup gambar, adegan, efek khusus, dan elemen visual lainnya, sementara audio meliputi dialog, musik, efek suara, serta komponen audio lainnya.

Melalui film ini KPU RI ingin membangun kesadaran bersama untuk menciptakan pemilu sebagai sarana integrasi bangsa, mengajak pemilih menggunakan hak pilihnya dengan bijak, melawan politik uang, politik identitas dan SARA, serta membangun sikap toleransi. Film sangat kuat dalam menyampaikan pesan, hiburan, dan informasi kepada masyarakat secara luas, terutama untuk generasi milenial dan pemilih pemula gen Z.

Film ini berkisah Pertiwi (Cut Mini), ibu mandiri yang menghidupi tiga anaknya yang sedang mencari identitas diri, Sekar (Shenina Cinnamon), Adam (Bima Zeno), dan Isham (Thomas Rian). Ibu tangguh yang dipenuhi masalah sejarah suami yang kalah dalam Pilkadaes,

tapi juga menyimpan cinta penuh misteri. Masalah menjadi penuh drama dan komedi, ketika ketiga anaknya berkumpul pulang ke rumah. Ketiganya membawa masalah terkait identitas diri dan balas dendam kekalahan ayahnya. Lucunya, anak-anak ini malah menemukan misteri cinta ibu mereka yang ingin menikah lagi. Semua terjadi di tengah riuh dan panasnya suasana menjelang Pilkades di desa yang dipimpin sosok lurah ganteng, Janji Upaya (Ibnu Jamil). Sosok lurah teladan, dengan status duda yang melahirkan beragam gosip pribadi bercampur gosip politik yang jenaka dan penuh drama.

Garin Nugroho selaku sutradara film *Kejarlah Janji* juga menambahkan, film memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini, sikap, dan perilaku penontonnya. Dengan menggambarkan situasi, karakter, atau konflik tertentu, film dapat memicu diskusi sosial, perubahan budaya, atau pengaruh politik.

*Civic education* menjadi sangat penting di tengah kompleksitas pemilu di era media baru yang riuh rendah. Film ini menjadi medium *civic education* yang sangat langka. Pendekatan drama komedi menjadi cara untuk mengelola warga pemilih di berbagai wilayah nusantara.

Film ini diharapkan dapat dinikmati oleh masyarakat luas, terutama mereka yang akan menggunakan hak pilihnya pada Pemilu 2024. Film *Kejarlah Janji* akan tayang terbatas di bioskop-bioskop tanah air. Pemutaran keliling juga akan dilakukan di ruang-ruang publik, ruang-ruang pemutaran alternatif, jaringan bioskop, maupun layar tancap di berbagai daerah di tanah air.

Hiruk-pikuk jelang Pemilihan Umum 2024 makin terasa. Poster politisi, figur publik, anak si anu, istri si itu, hingga sanak saudara si ini menjajakan diri tapi minim visi-misi. Debat kusir si paling paham politik di dunia maya sudah bertebaran. Drama cari pasangan bak sinetron layar kaca dengan intriknya terus menambah episode baru, meski ceritanya tetap lawas.

Kendati demikian, Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilu tetap berupaya untuk mengajak masyarakat datang ke tempat pemungutan suara pada 14 Februari 2024. Salah satunya melalui wahana film yang dianggap relevan dengan generasi muda yang merupakan jumlah pemilih terbesar pada pemilu kali ini, yakni 56,45 persen dari total pemilih yang mencapai 204 juta orang. Tak tanggung-tanggung, KPU menggandeng sutradara Garin Nugroho dan melahirkan film bertajuk *Kejarlah Janji* yang dirilis pada Jumat 15 September 2023 di Epicentrum, Jakarta. Nantinya film ini juga akan berada di sejumlah bioskop secara terbatas dan diputar di sekolah, pondok pesantren, hingga komunitas-komunitas di daerah.

Yang paling penting dari karya ini adalah aspek *civic education*. Belajar dari pemilu sebelumnya, media baru yang berkembang justru memecah belah hingga ke ruang keluarga kita karena menjadi pendukung pemimpin yang berbeda-beda. Saatnya melahirkan apresiasi panjang untuk merenungi.

Jika memang yang ingin disasar utama adalah generasi muda, pendekatan pop kultur melalui film memang tepat. Pengemasan secara komedi satir juga cocok dengan karakter anak-anak muda. Namun, perlu diperhatikan, generasi muda saat ini dengan gempuran digitalisasi memiliki pandangan yang mendalam terkait pemilu sebenarnya sehingga tak bisa lagi hanya bermain di permukaan.

Sekolah atau perguruan tinggi yang dipilih untuk sosialisasi film "*Kejarlah Janji*" oleh KPU, termasuk di Kota Tangerang Selatan, dipilih berdasarkan beberapa alasan strategis, terutama karena dari KPU RI memilih perguruan tinggi, dan 3 perguruan tinggi di tunjuk di kota untuk menayangkan film "*Kejarlah Janji*"

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Kampanye

#### Pengertian Kampanye

Menurut Pfau & Parrot, kampanye merupakan suatu proses yang disusun dengan sengaja dan berlangsung dalam jangka waktu tertentu, bertujuan memberikan dampak pada audiensnya. Kampanye berupaya membentuk suatu persepsi dalam benak publik terkait dengan merek, produk, atau ide dari suatu organisasi atau perusahaan. Pelaksanaan kampanye melibatkan serangkaian langkah, mulai dari menarik perhatian publik, menyiapkan tindakan yang relevan untuk mereka, hingga mendorong publik untuk mengambil langkah tertentu (Heryanto, 2018: 90).

Kampanye dapat dijelaskan sebagai suatu bentuk komunikasi yang telah direncanakan dengan tujuan khusus, dijalankan dalam periode waktu yang telah ditetapkan, dan bertujuan untuk mencapai tujuan komunikasi yang terkait dengan isu yang sedang dipromosikan. Dengan kata lain, kampanye merupakan upaya komunikasi yang terstruktur, memiliki tujuan yang spesifik, dan dilakukan dalam jangka waktu tertentu (Venus, 2018: 10).

#### Jenis-Jenis Kampanye

Menurut Charles U. Larsen (1992) dalam (Ruslan, 2013), kampanye dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu: Kampanye Berorientasi pada Produk (*Product Oriented Campaign*): Kategori ini fokus pada produk, biasanya terjadi dalam konteks bisnis,

dan berfokus pada konsep, seperti peluncuran produk baru. Kampanye ini sering kali memiliki tujuan untuk membangun citra positif terhadap produk yang diperkenalkan kepada publik.

Kampanye Berorientasi pada Kandidat (*Candidate Oriented Campaign*): Kategori ini berkaitan dengan kandidat dan umumnya muncul karena motif politik, seperti kampanye pemilihan. Kampanye ini dilakukan dengan tujuan untuk mendukung kandidat tertentu dalam konteks politik.

Kampanye Berorientasi pada Ideologi atau Tujuan (*Ideologically or Cause Oriented Campaigns*): Kategori kampanye ini lebih menekankan pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali memiliki dimensi sosial, seperti kampanye untuk perubahan sosial atau kampanye yang bertujuan mempengaruhi sikap dan perilaku publik terkait dengan isu-isu sosial tertentu (Ruslan, 2013: 25).

### **Kampanye *Public Relations***

Kampanye *Public Relations* (PR campaign) dalam pengertian yang lebih spesifik bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan dari target *audience*, dengan maksud untuk menarik perhatian dan membentuk persepsi atau opini yang positif terhadap kegiatan suatu lembaga atau organisasi (*corporate activities*). Hal ini dilakukan agar dapat membentuk kepercayaan dan citra yang positif dari masyarakat melalui penyampaian pesan secara intensif dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung dalam jangka waktu tertentu dan berkelanjutan (Ruslan, 2018: 66).

Terdapat tiga tahapan kampanye yang berhubungan dan memiliki tujuan untuk mencapai perubahan melalui kampanye, serta menjadi target pengaruh yang disebut "3A," yaitu *awareness* (kesadaran), *attitude* (sikap), dan *behaviorial* (Perilaku), yang menjadi sasaran pengaruh. Ketiga tahapan kampanye tersebut adalah sebagai berikut:

a. Aspek Kesadaran (*Awareness*):

Dalam tahap awal (kesadaran), tujuannya adalah menghasilkan perubahan dalam pengetahuan khalayak. Pada tahap ini, upaya dilakukan untuk menciptakan kesadaran di kalangan khalayak, dengan harapan bahwa kesadaran tersebut akan mengubah keyakinan dan pengetahuan khalayak tentang kampanye yang sedang dilaksanakan.

b. Aspek Sikap (*Attitude*):

Pada tahap sikap, tujuannya adalah menciptakan perubahan dalam sikap khalayak. Pada tahap ini, yang diinginkan adalah mendorong simpati, meningkatkan minat, dan membangun perasaan positif serta kepedulian khalayak terhadap kampanye yang sedang dilaksanakan.

- c. Aspek Perilaku (*behavioral*), menghendaki adanya tindakan tertentu yang dilakukan oleh sasaran kampanye. Tindakan tersebut dapat bersifat sekali jadi atau berkelanjutan (Venus, 2019:14)

Kampanye *Public Relations* diharapkan mampu membangkitkan kesadaran, mengundang partisipasi dari target audiens kampanye, dan membantu memperkenalkan perusahaan beserta produk atau layanannya kepada masyarakat secara lebih luas. Kampanye tersebut bertujuan untuk memicu minat masyarakat agar masyarakat mau berpartisipasi. Dalam praktiknya, kampanye *Public Relations* fokus pada menciptakan saling pengertian melalui beragam teknik komunikasi persuasif kepada audiens yang menjadi sasaran.

### 3. METODE PENELITIAN

#### Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif berupa penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya secara utuh dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2011:6).

#### Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan riset kualitatif. Metode penelitian kualitatif memiliki definisi berupa penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya secara utuh dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. (Moleong, 2011:6). Dalam penelitian ini peneliti akan menggambarkan bagaimana Kampanye Humas KPU RI Melalui Film Kejarlah Janji pada Pemilu Pemula di Kota Tangerang Selatan.

#### Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sebagaimana maksud yang disampaikan oleh sugiyono: “*Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang di anggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti* (Sugiyono, 2021 : 95-96) Adapun informan dalam penelitian adalah pihak-pihak yang mempunyai informasi lengkap, jelas dan tentunya sesuai bidangnya tentang

Kampanye Humas KPU RI Melalui Film Kejarlah Janji pada Pemilih Pemula di Kota Tangerang Selatan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan focus dan tujuan penelitian maka, teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan dua macam teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

#### **a. Data primer**

Menurut Sogiyono sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sumber data primer di dapatkan melalui *observasi* (Pengamatan), *Interview* (Wawancara), dokumentasi. (Sugiyono, 2021 : 104)

Data Primer yang diperoleh dari penelitian ini melalui sebagai berikut:

##### **1. Wawancara mendalam**

Wawancara mendalam (*In depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Ardianto, 2014:178). Dalam metode kualitatif, pengumpulan data dilakukan secara face to face interview (wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan, mewawancarai mereka dengan telepon, atau terlibat dalam focus group interview (wawancara dalam kelompok tertentu) yang terdiri dari enam sampai delapan partisipan per kelompok (Cresswell, 2017:254).

Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai informan yang telah ditentukan dan merancang serta mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat terbuka (*open minded*) untuk memunculkan pandangan dan opini partisipan. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai Kampanye Humas KPU RI Melalui Film Kejarlah Janji pada Pemilih Pemula di Kota Tangerang Selatan.

##### **2. Observasi**

Teknik ini merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang di teliti. (Idrus, 2017:129) berpendapat, observasi atau pengamatan merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis. Pengamatan dapat dilakukan terlibat partisipatif ataupun non partisipatif. Pengamatan langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas yang berkaitan dengan Kampanye Humas KPU RI Melalui Film Kejarlah Janji pada Pemilih Pemula di Kota Tangerang Selatan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain oleh subjek. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan. (Haris, 2010 : 99) Dengan metode ini, peneliti mengumpulkan data dari dokumen yang sudah ada, sehingga penulis dapat memperoleh catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian.

#### **Teknik Analisis Data**

(Sugiyono, 2021 : 130) menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain ( Sugiyono, 2021 : 130)

- a. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Dalam hal ini Nasution 1988 (Sugiyono, 2021:131) menyatakan *“Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Sebelum melakukan penelitian ke lapangan, peneliti telah melakukan analisis data. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian”* (Sugiyono, 2021: 132). Namun demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan. Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono, 2021: 132) yang mencakup reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing*).
- b. Reduksi data (*Data Reduction*) menurut ( Sugiyono, 2021:134) *“mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya”*.
- c. Penyajian Data (*Data Display*) Menurut ( Sugiyono, 2021: 136) *“dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya”*. Dengan mendisplay data maka

akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut karena metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, maka display data yang dilakukan lebih banyak dituangkan kedalam uraian.

- d. Penarikan Kesimpulan (*Verification*) Menurut (Sugiyono, 2021: 141) bahwa kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah proses penelitian di lapangan.

### **Uji Keabsahan Data**

Keabsahan data dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kriteria kredibilitas (derajat kepercayaan). Kredibilitas dimaksudkan untuk membuktikan bahwa apa yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan kenyataan yang ada dalam latar penelitian. Adapun salah satu pemeriksaan data yaitu triangulasi.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2021:189).

- a. Triangulasi Sumber Untuk Menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan *member check* dengan tiga sumber data (Sugiyono, 2021:191)
- b. Triangulasi Teknik Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya Untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.
- c. Triangulasi Waktu Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di malam hari. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

## 4.. HASIL PENELITIAN

### Kampanye Humas

#### a. *Awareness*

Pembahasan pada tahap pertama ini dikaji dengan menggunakan pendekatan proses *Public Relations* yang dikemukakan oleh Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom. Proses *Public Relations* yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, dan Broom yang pertama adalah *defining the problem* yang dimulai dengan melakukan penilaian tentang adanya sesuatu yang salah atau sesuatu yang seharusnya berjalan dengan lebih baik. Dalam hal terkandung gagasan bahwa tujuan organisasi adalah menyediakan kriteria untuk penilaian tersebut. Pada tahap ini *defining the problem* mencakup pengkajian dan pemantauan opini, sikap dan perilaku yang terkait dengan

Peningkatan Kesadaran dan Pemahaman, Penelitian ini menunjukkan bahwa film "Kejarlah Janji" berhasil meningkatkan pengetahuan pemilih pemula tentang pemilu. Sebagian besar partisipan yang menonton film ini mengaku mendapatkan informasi baru tentang pentingnya hak pilih mereka, proses pemilu, dan tanggung jawab sebagai pemilih. Film ini memberikan penjelasan yang mudah dipahami bagi pemilih pemula, terutama dalam menjelaskan prosedur pemilu dan pentingnya partisipasi aktif dalam demokrasi.

Variasi Tingkat Pemahaman, Meskipun secara umum pengetahuan meningkat, ada perbedaan dalam tingkat pemahaman antara partisipan. Pemilih pemula yang sebelumnya kurang terpapar pada informasi politik menunjukkan peningkatan pengetahuan yang lebih signifikan, sementara mereka yang sudah memiliki pemahaman dasar tentang pemilu merasa bahwa film ini lebih memperkuat pengetahuan yang sudah ada.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh Ibu Reni Rinjani selaku Kepala bagian humas dan informasi publik, setjen KPU RI ia menjelaskan pentingnya Kampanye Humas KPU RI Melalui Film Kejarlah Janji pada Pemilih Pemula di Kota Tangerang Selatan.

Dengan demikian, anggota KPU memandang pendidikan pemilih dan sosialisasi pemilu sebagai elemen krusial dalam memastikan pemilu yang bebas, adil, dan partisipatif.

#### b. *Attitude*

*Attitude* terdiri atas tiga substansi, yakni *Target Publics*, *Objective*, dan Proses Perencanaan dan Pemrograman. *Target Publics* menjabarkan bahwa masyarakat umum sebagai target dari menetapkan tujuan sangat penting agar program yang direncanakan memiliki arah dan dapat menunjukkan suatu keberhasilan tertentu.

Dalam program Strategi humas KPU RI tujuan yang ingin dicapai melalui film kejarlah janji ini adalah meningkatkan partisipasi Masyarakat dan Pendidikan politik untuk pemilih pemula.

Perubahan Sikap terhadap Pemilu, film ini berpengaruh pada perubahan sikap pemilih pemula terhadap pemilu. Banyak dari mereka yang awalnya merasa pemilu tidak relevan atau menganggapnya kurang penting menjadi lebih peduli dan sadar akan peran mereka dalam menentukan masa depan bangsa. Beberapa partisipan mengungkapkan bahwa setelah menonton film, mereka merasa lebih bertanggung jawab untuk menggunakan hak pilih mereka.

Motivasi untuk Terlibat Film ini juga berhasil memotivasi pemilih pemula untuk lebih terlibat dalam proses pemilu, meskipun masih terdapat sebagian kecil partisipan yang tetap bersikap skeptis atau apatis. Sikap apatis ini sering kali terkait dengan pandangan negatif mereka terhadap politik secara umum atau pengalaman keluarga yang tidak mempercayai sistem politik.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang dapat diketahui menurut KPU RI, ada beberapa program yang dirancang untuk meningkatkan partisipasi masyarakat di Pemilu 2024 meliputi:

Perilaku KPU RI Menyediakan film "Kejarlah Janji" yang sudah diproduksi untuk ditayangkan di berbagai platform dan acara. Menyebarluaskan film melalui bioskop lokal, sekolah, universitas, dan platform streaming online yang populer di kalangan pemilih muda.

Mengadakan acara nonton bareng (nobar) film di tempat-tempat strategis seperti sekolah, kampus, dan komunitas pemuda, diikuti dengan sesi diskusi dan tanya jawab yang melibatkan narasumber dari KPU dan tokoh masyarakat. Membuat kampanye digital yang menyertakan cuplikan film, pesan-pesan edukatif, dan ajakan untuk menonton film serta berpartisipasi dalam pemilu, dengan melibatkan influencer dan tokoh muda lokal. Dengan pendekatan yang terencana dan program yang terstruktur, strategi humas KPU RI melalui film "Kejarlah Janji" diharapkan efektif dalam mensosialisasikan pemilu dan meningkatkan partisipasi pemilih pemula di Kota Tangerang Selatan.

### **c. Behavioral**

*Behaviorial* terdiri atas tiga substansi, yaitu *action strategies*, *communication strategies*, dan *program implementation plans*. Dalam *action strategies*, adalah pelaksanaan secara teknis apa saja yang dilakukan oleh Strategi Humas KPU RI dalam mensosialisasikan pemilih pemula melalui film kejarlah janji di kota Tangerang

Niat untuk Berpartisipasi dalam Pemilu, penelitian menemukan bahwa setelah menonton film, banyak pemilih pemula menunjukkan niat yang lebih kuat untuk berpartisipasi dalam pemilu yang akan datang. Mereka merasa lebih yakin untuk hadir di tempat pemungutan suara dan menggunakan hak pilih mereka. Beberapa partisipan bahkan mulai berdiskusi dengan teman-teman dan keluarga mereka tentang pentingnya memilih.

Tindakan Konkret yang Masih Terbatas, meskipun niat untuk berpartisipasi meningkat, tindakan konkret yang diambil oleh pemilih pemula setelah menonton film masih terbatas. Sebagian besar partisipan belum mengambil langkah lebih jauh, seperti mencari informasi tambahan tentang calon yang akan dipilih atau berpartisipasi dalam kegiatan terkait pemilu. Faktor-faktor seperti kurangnya akses informasi atau minimnya dorongan dari lingkungan sekitar dapat menjadi alasan kurangnya tindakan nyata ini.

Dengan target-target ini, KPU RI berharap dapat menciptakan generasi pemilih yang lebih sadar, terdidik, dan aktif dalam proses pemilu, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada pelaksanaan pemilu yang lebih sukses dan demokratis.

Tahap evaluasi ini merupakan tahap terakhir dalam proses *Public Relations* menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom. Dalam hal ini peneliti melihat bahwa Sudah menjalankan dengan baik. Tahap evaluasi ini berhasil meningkatkan partisipasi pemilih pemula.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI menerima dua penghargaan dari Museum Rekor Dunia-Indonesia (MURI) atas Rekor Pemrakarsa dan Penyelenggara Nonton Film Bareng Serentak oleh Mahasiswa Terbanyak, dan Pemrakarsa dan Penyelenggara Nonton Film Bareng Serentak oleh Santri Terbanyak.

Film "*Kejarlah Janji*" berhasil menarik perhatian dan minat ribuan pemilih pemula di berbagai lokasi penayangan. Data menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah pemilih pemula yang mendaftar dan berpartisipasi aktif dalam pemilu.

Melalui pesan-pesan edukatif yang disampaikan dalam film, banyak pemilih pemula yang melaporkan peningkatan pemahaman mereka tentang proses pemilu dan pentingnya partisipasi. Survei yang dilakukan sebelum dan sesudah penayangan film menunjukkan peningkatan pengetahuan yang substansial di kalangan audiens.

Acara penayangan film di berbagai lokasi disertai dengan sesi diskusi interaktif yang melibatkan pemilih pemula, narasumber, dan perwakilan KPU. Respons dan keterlibatan audiens sangat positif, dengan banyaknya peserta yang aktif bertanya dan berdiskusi tentang isu-isu pemilu.

Keberhasilan ini tidak lepas dari kerja sama yang solid antara KPU RI dengan berbagai institusi pendidikan, komunitas lokal, dan media. Kolaborasi ini memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan efektif. KPU menerima banyak testimoni dan cerita sukses dari pemilih pemula yang merasa terinspirasi dan termotivasi setelah menonton film. Banyak dari mereka yang sebelumnya apatis kini merasa bersemangat untuk berpartisipasi dalam pemilu dan memberikan suara mereka.

Keberhasilan ini menunjukkan bahwa strategi humas KPU RI melalui film *Kejarlah Janji* telah berhasil mencapai tujuan utama KPU meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan partisipasi pemilih pemula dalam proses demokrasi.

## **Hasil Pembahasan**

### ***Awareness***

Menurut Pfau dan Parrot (1993) kampanye *public relations* bertujuan untuk mencapai tiga aspek utama. Pertama, aspek pengetahuan (*knowledge/awareness*) yang berfokus pada meningkatkan kesadaran dan pemahaman audiens tentang isu atau topik tertentu. Kedua, aspek sikap (*attitude*) yang bertujuan untuk mempengaruhi perubahan sikap atau persepsi audiens terhadap topik yang dikampanyekan. Ketiga, aspek perilaku (*behavioral*) yang berusaha untuk mendorong perubahan dalam tindakan atau perilaku audiens sebagai hasil dari kampanye (Venus, 2019:14)

Kampanye Humas menentukan tujuan yang hendak di capai yaitu menyadarkan masyarakat akan pentingnya ikut berpartisipasi dalam semua tahapan Pemilu ini. Seperti hasil dari wawancara dengan Kepala Bagian Humas KPU RI dapat disimpulkan bahwa tujuan KPU RI dalam kampanye pemilih pemula melalui film *kejarlah janji* adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai Pemilu 2024. Dengan di adakannya kampanye humas dalam mensosialisasikan pemilih pemula melalui film *kejarlah janji*, diharapkan adanya perubahan sikap masyarakat yang sebelumnya kurang sadar untuk berpartisipasi dalam tahapan Pemilu menjadi sadar dan ikut berpartisipasi dalam setiap tahapan pemilu 2024.

Peningkatan Pengetahuan Pemilih Pemula Film "*Kejarlah Janji*" berhasil menjadi media edukasi yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan pemilih pemula tentang pemilu. Sebagian besar partisipan penelitian melaporkan bahwa mereka mendapatkan informasi baru dan penting mengenai prosedur pemilihan, hak dan kewajiban sebagai pemilih, serta pentingnya partisipasi dalam proses demokrasi. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye humas melalui media film mampu menjangkau dan memberikan pemahaman yang lebih baik kepada kelompok pemilih pemula yang sebelumnya mungkin kurang mendapatkan informasi yang memadai tentang pemilu.

Pemahaman yang beragam, meskipun secara umum terjadi peningkatan pengetahuan, terdapat variasi dalam tingkat pemahaman antara partisipan. Pemilih pemula dengan latar belakang pendidikan yang lebih tinggi atau yang sudah memiliki pengetahuan dasar tentang pemilu cenderung lebih mudah mengasimilasi informasi yang disampaikan dalam film. Di sisi lain, partisipan dengan akses informasi yang lebih terbatas atau yang kurang familiar dengan isu-isu politik sebelumnya menunjukkan peningkatan pemahaman yang lebih signifikan, meskipun membutuhkan penjelasan lebih lanjut.

Kampanye Humas Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI melalui film "Kejarlah Janji" pada pemilih pemula di Kota Tangerang Selatan merupakan langkah inovatif untuk meningkatkan partisipasi pemilih muda dalam proses demokrasi. Film ini dipilih karena mengangkat tema yang relevan dengan kehidupan pemilih pemula, yang sering kali menjadi kunci untuk membangkitkan minat mereka dalam berpartisipasi dalam pemilihan umum.

Pertama-tama, KPU RI memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk menyebarkan informasi tentang film "Kejarlah Janji". Melalui kampanye digital yang intensif, KPU mempromosikan trailer, cuplikan menarik, dan dialog-dialog penting dari film ini. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian generasi muda yang aktif menggunakan media sosial sebagai saluran informasi utama mereka.

Selain itu, KPU RI mengadakan serangkaian acara pemutaran khusus film ini di berbagai kota besar di Indonesia. Acara ini tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga forum diskusi yang mempertemukan pemilih pemula dengan tokoh-tokoh publik, akademisi, dan aktivis sosial untuk berbicara tentang pentingnya partisipasi dalam proses demokrasi.

Selanjutnya, KPU juga melakukan kerja sama dengan sekolah-sekolah dan perguruan tinggi untuk mengintegrasikan "Kejarlah Janji" ke dalam kurikulum pendidikan kewarganegaraan. Dengan memasukkan film ini sebagai bahan ajar, KPU berharap dapat meningkatkan pemahaman generasi muda tentang pentingnya hak suara dan tanggung jawab sebagai warga negara. KPU RI melibatkan influencer dan tokoh masyarakat yang populer di kalangan pemilih pemula untuk mendukung kampanye sosialisasi ini. Kolaborasi dengan mereka membantu menciptakan kesan positif di media sosial dan meningkatkan jangkauan pesan-pesan penting yang disampaikan melalui film "Kejarlah Janji".

Secara keseluruhan, Kampanye humas KPU RI melalui film "Kejarlah Janji" pada pemilih pemula di kota Tangerang Selatan berhasil memanfaatkan media digital, acara fisik, pendidikan formal, dan dukungan dari tokoh masyarakat untuk menciptakan kesadaran yang lebih besar tentang pentingnya partisipasi politik di kalangan generasi muda Indonesia.

Kampanye pemilu dan pendidikan politik yang dilakukan oleh KPU RI sangat penting dalam memastikan terlaksananya pemilu yang adil, transparan, dan partisipatif. Berikut adalah beberapa alasan mengapa kegiatan ini begitu penting:

1. Meningkatkan Partisipasi Pemilih :

- a. Kesadaran dan Pemahaman : Sosialisasi pemilu membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pemilu dan hak suara mereka. Hal ini dapat meningkatkan partisipasi pemilih, yang merupakan indikator penting dari demokrasi yang sehat.
- b. Mengatasi Apatisme : Dengan memberikan informasi yang jelas dan relevan, sosialisasi dapat membantu mengatasi apatisme politik di kalangan masyarakat, terutama di kalangan pemilih pemula.

2. Meningkatkan Kualitas Pemilihan :

- a. Pemilih yang Terinformasi : Pendidikan politik memastikan bahwa pemilih memiliki informasi yang cukup untuk membuat keputusan yang bijak dan berdasarkan fakta. Ini dapat meningkatkan kualitas hasil pemilu, karena pemilih dapat memilih calon yang benar-benar mewakili kepentingan mereka.
- b. Mengurangi Misinformasi : Sosialisasi yang efektif dapat mengurangi penyebaran misinformasi dan disinformasi, yang dapat merusak integritas pemilu.

3. Memastikan Keadilan dan Transparansi :

- a. Proses yang Transparan : Pendidikan tentang proses pemilu, mulai dari pendaftaran pemilih hingga penghitungan suara, dapat meningkatkan transparansi dan mencegah kecurangan. Ini penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap hasil pemilu.
- b. Pengawasan oleh Publik : Dengan memahami proses pemilu, masyarakat dapat lebih aktif dalam mengawasi jalannya pemilu dan melaporkan jika terjadi pelanggaran.

4. Mempromosikan Nilai-Nilai Demokrasi :

- a. Pemahaman tentang Demokrasi : Pendidikan politik membantu masyarakat memahami dan menghargai nilai-nilai demokrasi seperti kebebasan, keadilan, dan hak asasi manusia.
- b. Peningkatan Keterlibatan Warga : Sosialisasi dan pendidikan politik mendorong masyarakat untuk terlibat dalam proses politik tidak hanya selama pemilu tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari.

## 5. Mengatasi Hambatan dan Tantangan :

- a. Menghadapi Tantangan Sosial dan Budaya : Sosialisasi pemilu dapat membantu mengatasi hambatan sosial dan budaya yang mungkin menghalangi partisipasi kelompok tertentu, seperti perempuan, penyandang disabilitas, dan minoritas.
- b. Mengidentifikasi dan Mengatasi Masalah : Melalui pendidikan dan dialog, KPU dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi pemilih dan mencari solusi untuk mengatasi hambatan partisipasi.

### **Attitude**

Perubahan Sikap Terhadap Pemilu, film ini berhasil mengubah sikap sebagian besar pemilih pemula terhadap pemilu. Partisipan yang awalnya kurang tertarik atau merasa tidak relevan dengan proses pemilu mulai menunjukkan sikap yang lebih positif dan antusias. Mereka merasa bahwa pemilu adalah momen penting yang harus diikuti, dan ada kesadaran baru tentang peran mereka dalam menentukan masa depan bangsa melalui hak pilih.

Peningkatan Motivasi, motivasi untuk berpartisipasi dalam pemilu juga mengalami peningkatan setelah menonton film ini. Beberapa partisipan mengaku merasa lebih terdorong untuk ikut serta dalam pemilu mendatang. Namun, tetap ada tantangan dalam mengubah sikap apatis di kalangan pemilih pemula yang memiliki pengalaman atau pandangan negatif terhadap sistem politik.

Pada pemilu 2024 KPU RI telah menyelenggarakan berbagai program sosialisasi guna meningkatkan partisipasi dan pemahaman masyarakat tentang proses pemilu. Berikut adalah beberapa program yang diselenggarakan:

#### 1. Pendidikan Pemilih di Sekolah dan Kampus :

Pemilu Goes to School : Program ini ditujukan kepada siswa sekolah menengah atas (SMA) untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya partisipasi dalam pemilu dan proses demokrasi.

Pemilu Goes to Campus : Program serupa yang ditujukan untuk mahasiswa, termasuk seminar, diskusi, dan lokakarya tentang politik dan pemilu.

#### 2. Sosialisasi melalui Media Massa:

Iklan Layanan Masyarakat : Penayangan iklan di televisi, radio, dan media cetak untuk menyebarkan informasi penting tentang pemilu.

Program Televisi dan Radio : Acara khusus yang membahas topik pemilu, termasuk talk show, debat kandidat, dan program edukatif lainnya.

### 3. Kampanye Digital dan Media Sosial :

Kampanye di Media Sosial : Menggunakan platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube untuk menyebarkan informasi pemilu, tips pemungutan suara, dan mengadakan sesi tanya jawab langsung dengan masyarakat.

Website dan Aplikasi Mobile : Menyediakan informasi lengkap tentang pemilu, termasuk daftar pemilih, profil kandidat, dan panduan pemungutan suara.

### 4. Kampanye Tatap Muka dan Kegiatan Lapangan :

Sosialisasi Keliling : Mengadakan kegiatan sosialisasi di berbagai daerah, termasuk daerah terpencil, dengan menggunakan mobil keliling dan posko-posko informasi.

Forum Warga dan Diskusi Kelompok : Mengadakan diskusi terbuka di komunitas lokal untuk membahas isu-isu pemilu dan mendengarkan aspirasi warga.

### 5. Materi Edukasi dan Informasi :

Brosur, Pamflet, dan Poster : Distribusi materi cetak yang berisi informasi tentang pemilu, prosedur pemungutan suara, dan hak-hak pemilih.

Buku Panduan dan Modul Edukasi : Pengembangan dan distribusi buku panduan dan modul edukasi yang dapat digunakan oleh guru dan fasilitator dalam mengajarkan tentang pemilu.

### 6. Program Khusus untuk Pemilih Pemula dan Kelompok Marjinal :

Program untuk Pemilih Pemula : Kegiatan khusus yang menargetkan pemilih pemula, termasuk pelatihan dan simulasi pemilu.

Program Inklusif : Sosialisasi yang dirancang khusus untuk kelompok marjinal seperti penyandang disabilitas, warga di daerah terpencil, dan masyarakat adat, termasuk penyediaan materi dalam berbagai format yang mudah diakses.

#### 1. Pelatihan dan Bimbingan Teknis :

Pelatihan untuk Petugas Pemilu : Pelatihan intensif bagi petugas pemilu di semua tingkatan untuk memastikan mereka memahami tugas dan tanggung jawab mereka.

Workshop dan Lokakarya : Kegiatan pelatihan untuk organisasi masyarakat, LSM, dan relawan yang berperan dalam mendukung proses pemilu.

#### 2. Kegiatan Simulasi Pemilu :

Simulasi Proses Pemungutan Suara : Mengadakan simulasi pemilu di sekolah-sekolah dan komunitas untuk memberikan pengalaman langsung kepada pemilih tentang proses pemungutan suara.

Simulasi Penghitungan Suara : Kegiatan yang bertujuan untuk memperlihatkan transparansi dan akuntabilitas dalam proses penghitungan suara.

#### 9. Kolaborasi dengan Organisasi dan Komunitas :

Kemitraan dengan LSM dan Organisasi Masyarakat Sipil : Bekerjasama dengan organisasi lokal dan internasional untuk menyebarkan informasi pemilu dan meningkatkan partisipasi masyarakat.

Keterlibatan Tokoh Masyarakat dan Influencer : Mengajak tokoh masyarakat, selebriti, dan influencer untuk ikut serta dalam kampanye sosialisasi pemilu.

#### 10. Pemantauan dan Evaluasi :

Survey Kepuasan Pemilih : Melakukan survei untuk mengukur efektivitas program sosialisasi dan memahami kebutuhan pemilih.

Evaluasi Program : Mengadakan evaluasi berkala untuk memperbaiki dan meningkatkan program sosialisasi pemilu di masa mendatang.

#### 11. Penggunaan Teknologi Informasi :

Aplikasi e-PPID KPU : Aplikasi yang menyediakan akses informasi terkait pemilu secara cepat dan akurat bagi masyarakat.

Sistem Informasi Rekapitulasi (SIREKAP): Sistem digital untuk membantu proses rekapitulasi suara secara transparan dan efisien.

KPU RI berupaya untuk memastikan bahwa seluruh masyarakat Indonesia memiliki akses ke informasi yang dibutuhkan untuk berpartisipasi aktif dalam pemilu, memahami hak dan kewajiban mereka sebagai pemilih, dan turut serta dalam proses demokrasi yang adil dan transparan.

#### **Behaviorial**

Niat Berpartisipasi dalam Pemilu, setelah menonton film, niat untuk berpartisipasi dalam pemilu terlihat lebih kuat di kalangan pemilih pemula. Mereka menyatakan kesediaan untuk menggunakan hak pilih mereka pada pemilu berikutnya dan lebih yakin dalam membuat keputusan pemilihan. Diskusi tentang pemilu dengan teman dan keluarga juga mulai terjadi, yang menunjukkan peningkatan kesadaran dan kepedulian terhadap proses demokrasi.

Keterbatasan dalam aksi nyata ,meskipun niat untuk berpartisipasi meningkat, tindakan nyata yang diambil oleh pemilih pemula masih terbatas. Banyak dari mereka yang belum melanjutkan niat tersebut dengan langkah konkret, seperti mencari informasi lebih lanjut tentang calon yang akan dipilih atau terlibat dalam kegiatan sosialisasi terkait pemilu. Hambatan seperti kurangnya akses informasi, lingkungan sosial yang kurang mendukung, dan ketidakpercayaan pada sistem politik menjadi faktor penghambat dalam mengubah niat menjadi tindakan.

Target yang ingin dicapai oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI dalam melaksanakan film Kejarlah Janji kemungkinan mencakup beberapa aspek berikut:

1. Peningkatan Kesadaran Publik : Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pemilu dan partisipasi aktif dalam proses demokrasi. Film ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya pemilu dan peran masyarakat dalam menentukan masa depan negara.
2. Edukasi Pemilih Memberikan edukasi kepada pemilih mengenai proses pemilu, hak dan kewajiban sebagai pemilih, serta pentingnya memilih dengan bijak. Film ini dapat berfungsi sebagai alat edukasi yang menarik dan informatif.
3. Peningkatan Partisipasi Pemilih : Meningkatkan angka partisipasi pemilih dalam pemilu. Dengan memberikan informasi yang jelas dan menarik, KPU berharap dapat mendorong lebih banyak masyarakat untuk datang ke TPS dan memberikan suara mereka.
4. Peningkatan Citra dan Kredibilitas KPU : Membangun dan memperkuat citra positif KPU sebagai lembaga yang profesional, transparan, dan bertanggung jawab dalam menyelenggarakan pemilu. Melalui film ini, KPU ingin menunjukkan komitmen mereka dalam menjalankan tugas dengan integritas dan akuntabilitas.
5. Menginspirasi Generasi Muda : Menarik minat generasi muda untuk terlibat aktif dalam proses politik dan demokrasi. Film ini dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi bagi anak muda untuk memahami pentingnya peran mereka dalam membangun masa depan negara.
6. Menyampaikan Pesan Demokrasi : Menyampaikan pesan-pesan tentang nilai-nilai demokrasi, toleransi, dan keadilan dalam konteks pemilu. Film ini diharapkan dapat menguatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya menjaga nilai-nilai tersebut dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.
7. Penggunaan Media Kreatif : Memanfaatkan media film sebagai alat komunikasi yang kreatif dan efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Dengan pendekatan yang lebih menarik, diharapkan pesan-pesan KPU dapat tersampaikan dengan lebih baik.
8. Membangun Keterlibatan Masyarakat : Menciptakan ruang dialog dan keterlibatan masyarakat dalam diskusi mengenai pemilu dan demokrasi. Film ini dapat menjadi pemicu diskusi dan keterlibatan yang lebih aktif dari berbagai lapisan masyarakat.

Dengan mencapai target-target ini, KPU RI berharap dapat menciptakan pemilu yang lebih partisipatif, transparan, dan demokratis, serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya peran mereka dalam proses demokrasi.

Kampanye humas Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI dalam melaksanakan film *Kejarlah Janji* bisa menghadapi beberapa kendala. Berikut adalah beberapa potensi kendala yang mungkin dihadapi:

1. **Penerimaan Publik :** Salah satu kendala utama adalah bagaimana film tersebut diterima oleh publik. Jika film tersebut tidak menarik minat audiens atau tidak mampu menyampaikan pesan dengan efektif, tujuan dari strategi humas bisa tidak tercapai.
2. **Distribusi dan Penayangan:** Kendala dalam mendistribusikan film ke berbagai platform atau saluran yang tepat juga dapat menjadi masalah. Keterbatasan akses ke media distribusi yang luas dapat menghambat jangkauan audiens yang diinginkan.
3. **Biaya Produksi dan Promosi :** Produksi film berkualitas membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Selain itu, promosi untuk meningkatkan kesadaran dan minat terhadap film juga membutuhkan anggaran yang cukup besar.
4. **Komunikasi dan Koordinasi :** Humas perlu berkoordinasi dengan berbagai pihak, seperti produser, sutradara, aktor, dan media. Kendala dalam komunikasi dan koordinasi antar pihak-pihak ini bisa menghambat kelancaran proses produksi dan promosi film.
2. **Keterbatasan Sumber Daya :** Humas KPU mungkin menghadapi keterbatasan dalam hal sumber daya manusia yang terampil dan berpengalaman dalam bidang produksi film dan pemasaran.
3. **Perubahan Kebijakan dan Situasi Politik :** Perubahan dalam kebijakan atau situasi politik dapat mempengaruhi strategi humas. Misalnya, perubahan aturan mengenai kampanye politik atau situasi politik yang tidak stabil dapat mempengaruhi pelaksanaan dan penerimaan film tersebut.
4. **Kritik dan Kontroversi :** Film yang berhubungan dengan isu-isu politik atau pemilu sering kali menjadi subjek kritik atau kontroversi. Ini bisa berdampak negatif pada citra KPU dan mengurangi efektivitas strategi humas.
5. **Teknologi dan Aksesibilitas :** Tantangan dalam memastikan film dapat diakses oleh berbagai kelompok masyarakat, termasuk yang berada di daerah terpencil dengan akses teknologi yang terbatas.

Mengatasi kendala-kendala ini memerlukan perencanaan yang matang, komunikasi yang efektif, dan penyesuaian strategi sesuai dengan situasi yang dihadapi.

Upaya Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI dalam memberikan informasi pemilu bagi pemilih pemula mencakup berbagai strategi dan inisiatif untuk memastikan pemilih muda mendapatkan pemahaman yang baik tentang proses pemilu dan pentingnya partisipasi mereka. Berikut adalah beberapa langkah yang dilakukan KPU RI:

1. Sosialisasi di Sekolah dan Kampus : KPU mengadakan program sosialisasi di sekolah-sekolah menengah atas dan perguruan tinggi untuk menjelaskan proses pemilu, hak dan kewajiban pemilih, serta pentingnya partisipasi dalam demokrasi.
2. Pelatihan dan Workshop : Mengadakan pelatihan dan workshop khusus untuk pemilih pemula yang mencakup topik-topik seperti cara memilih, mengenali calon, dan memahami platform politik.
3. Materi Edukasi Interaktif : KPU menyediakan berbagai materi edukasi yang interaktif seperti video, infografis, dan permainan edukatif yang dapat diakses secara online maupun offline. Materi ini dirancang agar mudah dipahami dan menarik bagi pemilih muda.
4. Kampanye di Media Sosial : Menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube untuk menyebarkan informasi pemilu dengan cara yang menarik dan relevan bagi generasi muda. KPU sering kali menggunakan konten visual dan multimedia untuk menarik perhatian pemilih pemula.
5. Website dan Aplikasi Mobile : KPU menyediakan informasi pemilu melalui website resmi dan aplikasi mobile yang mudah diakses oleh pemilih pemula. Informasi ini mencakup panduan memilih, profil calon, dan berita terkini tentang pemilu.
6. Kerja Sama dengan Influencer dan Public Figure : Menggandeng influencer dan tokoh publik yang memiliki pengaruh besar di kalangan anak muda untuk menyampaikan pesan-pesan tentang pentingnya pemilu dan partisipasi aktif dalam demokrasi.
7. Event dan Kegiatan Khusus : Mengadakan berbagai event dan kegiatan khusus seperti seminar, diskusi publik, dan kompetisi yang melibatkan pemilih pemula. Event ini sering kali diadakan dalam format yang menarik seperti konser musik atau festival.
8. Konten Edukasi di Televisi dan Radio : Menyediakan konten edukasi tentang pemilu di stasiun televisi dan radio yang banyak diikuti oleh generasi muda, untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.

9. Simulasi Pemilu : Mengadakan simulasi pemilu di sekolah-sekolah atau komunitas untuk memberikan pengalaman langsung kepada pemilih pemula tentang bagaimana proses pemilihan berlangsung.
10. Materi Cetak : Menyediakan brosur, pamflet, dan poster yang berisi informasi penting tentang pemilu yang dapat dibagikan di sekolah, kampus, dan tempat-tempat umum lainnya.

Dengan berbagai upaya ini, KPU RI berusaha untuk memastikan bahwa pemilih pemula memiliki akses yang cukup terhadap informasi yang diperlukan untuk berpartisipasi secara aktif dan bijak dalam pemilu, serta memahami pentingnya peran mereka dalam proses demokrasi.

Menyampaikan kesan dan pesan setelah menonton film *Kejarlah Janji* dapat memberikan gambaran tentang dampak film tersebut dan sejauh mana pesan yang ingin disampaikan oleh KPU RI berhasil diterima oleh penonton. Berikut adalah beberapa poin yang dapat dijadikan acuan:

*Kesan:*

1. Inspiratif :

- a. Film ini berhasil memberikan inspirasi tentang pentingnya partisipasi dalam pemilu dan peran setiap individu dalam proses demokrasi.
- b. Karakter dan cerita dalam film menggugah emosi dan membuat penonton merasa *lebih terhubung dengan pesan yang disampaikan*.

2. Mendidik :

- a. Film ini memberikan pengetahuan yang jelas tentang proses pemilu, hak dan kewajiban pemilih, serta pentingnya memilih dengan bijak.
- b. Informasi yang disajikan mudah dipahami, bahkan oleh pemilih pemula.

3. Visual dan Naratif Menarik :

- a. Penggunaan visual yang menarik dan alur cerita yang baik membuat film ini tidak hanya informatif tetapi juga menghibur.
- b. Penggunaan elemen dramatis dan karakter yang relatable membantu menarik perhatian penonton pemilih pemula.

#### 4. Relevan :

Film ini berhasil menghubungkan isu-isu pemilu dengan kehidupan sehari-hari, membuatnya lebih relevan bagi penonton, terutama pemilih pemula.

Film ini menyampaikan pesan penting mengenai partisipasi aktif dalam pemilu. Setiap suara sangat berarti dan dibutuhkan untuk memastikan pemilu yang adil dan demokratis. Pemilu menjadi momen krusial bagi masyarakat untuk memilih pemimpin terbaik dan menentukan arah masa depan negara. Setiap individu tidak hanya memiliki hak untuk memilih, tetapi juga kewajiban untuk menggunakan hak pilihnya secara bijak dan bertanggung jawab. Pemahaman terhadap proses pemilu serta cara memberikan suara dengan benar merupakan bagian dari tanggung jawab pemilih.

Film ini juga menggambarkan berbagai tantangan dan hambatan dalam pelaksanaan pemilu. Namun, dengan komitmen dan kerja sama dari semua pihak, setiap kendala dapat diatasi. Pesan penting yang disampaikan adalah tentang ketahanan dan keberanian dalam menghadapi rintangan demi tercapainya tujuan bersama. Dalam konteks ini, generasi muda memiliki peran vital. Melalui partisipasi aktif dan pendidikan politik, mereka mampu membawa perubahan positif serta memastikan nilai-nilai demokrasi tetap hidup dan berkembang.

Sebagai tindak lanjut, penonton disarankan untuk mengadakan diskusi dan refleksi setelah menonton film guna memperdalam pemahaman terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Selain itu, penting pula untuk menyebarkan informasi yang diperoleh kepada teman dan keluarga agar semakin banyak orang yang menyadari betapa pentingnya peran serta dalam pemilu.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan yang merupakan jawaban dari tujuan penelitian, sebagai berikut:

Kampanye humas yang diterapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI melalui film "Kejarlah Janji" pada pemilih pemula di kota Tangerang Selatan menunjukkan kesuksesan dalam meningkatkan kesadaran dan keterlibatan generasi muda dalam proses demokrasi. Melalui pemanfaatan media sosial secara intensif, acara pemutaran khusus, integrasi dalam kurikulum pendidikan, dan kolaborasi dengan influencer serta tokoh masyarakat, KPU berhasil menciptakan momentum positif yang mendorong pemilih pemula untuk aktif berpartisipasi dalam pemilihan umum.

Hasil dari kampanye ini menumbuhkan adanya perkembangan dari minat dan pemahaman pemilih pemula terhadap hak suara mereka serta tanggung jawab sebagai warga negara. Dengan menyajikan pesan-pesan penting melalui media yang menarik dan relevan bagi kalangan muda, KPU RI berhasil mencapai tujuan strategisnya untuk memperluas partisipasi demokratis di Indonesia. Namun demikian, untuk mempertahankan strategi yang sesuai dengan strategi yg berhasil ini, penting bagi KPU RI untuk terus melakukan evaluasi dan adaptasi terhadap pendekatan komunikasi mereka sesuai dengan perkembangan teknologi dan dinamika sosial yang terus berubah. Dengan demikian, KPU RI dapat terus memperkuat komitmen mereka dalam membangun partisipasi politik yang inklusif dan berkelanjutan di kalangan generasi muda Indonesia.

### **Saran**

Dalam pengamatan ini, KPU RI mengintegrasikan film ini dengan kampanye-kampanye lain yang sedang berjalan. Misalnya, mengadakan event-event atau kegiatan di mana film ini bisa menjadi bagian dari agenda sosialisasi yang lebih besar.

Dengan langkah tersebut, diharapkan kampanye humas KPU melalui film "*Kejarlah Janji*" pada pemilih pemula di kota Tangerang Selatan dapat berjalan lebih efektif dan mencapai tujuan yang diharapkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Jurnal**

- Abadiningtyas, D. M., Pratiwi, N. I., Haes, P. E., & Juwita, P. R. (2018). Strategi humas Cutlip and Center Komisi Pemilihan Umum Denpasar dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada Pilgub Bali tahun 2018. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 2(2), 43–52.
- Absary, Y. D. (2014). Strategi political public relations dalam kampanye Pemilu 2014 (Studi kasus Totok Daryanto, calon legislatif DPR RI di Dapil V Jawa Timur). *Jurnal Universitas Airlangga*, 3(2), 368–381.
- Alfarisi, M. A., Rizqi, M., & Hakim, L. (2023, Januari). Strategi humas KPU Sampang dalam menumbuhkan partisipasi masyarakat pada pemilihan presiden 2019. *SEMAKOM: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*, 1(01), 540–546.
- Andiyansari, P. (2024). Strategi humas KPU Kabupaten Magelang dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 6(2), 167–178.
- Ariska, J., & Pohan, S. (2024). Strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kota Binjai dalam meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 6(2), 36–44.

- Daulay, K. U. (2021). *Strategi humas Komisi Pemilihan Umum dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pilkada Bupati dan Wakil Bupati periode tahun 2020–2024 Kabupaten Labuhanbatu* (Tesis tidak diterbitkan). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Fauziah, A. R., Bimantara, C. S., Bahrenina, K. A., & Pertiwi, Y. E. (2023). Meningkatkan kualitas Pemilu serentak tahun 2024 melalui pemanfaatan teknologi digital. *Jurnal Kajian Konstitusi*, 3(1), 51–75.
- Marasabessy, A. C., Nurdiyana, N., Setiawati, S., & Utami, I. S. (2021). Perilaku pemilih pada pemilihan umum kepala daerah Kota Tangerang Selatan dalam masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi*, 21(1), 8–19.
- Muna, A. K. (2023). *Strategi sosialisasi politik Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kabupaten Kudus terhadap pemilih pemula menjelang Pemilu serentak 2024* (Tesis tidak diterbitkan). IAIN Kudus.
- Rambe, A. P., Zulkarnain, I., & Ridho, H. (2023). Strategi Komisi Pemilihan Umum Labuhan Batu dalam meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan kepala daerah Labuhan Batu 2020 melalui media sosial. *Perspektif*, 12(2), 698–711.
- Rocky, R. K., Anrial, A., & Yansah, S. (2024). *Sosialisasi humas Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Musi Rawas Utara dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024* (Tesis tidak diterbitkan). Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Romadhona, J. M., Kusumadinata, A. A., & Hasbiyah, D. (2022). Kampanye politik legislatif dalam pemenang Pemilu partai di Kota Bogor. *Karimah Tauhid*, 1(3), 315–322.
- Sudaryanto, S., Ruslyhardy, R., Irawati, I., & Guswanti, C. (2023). Pelaksanaan kampanye dalam pemilihan kepala daerah di masa pandemi COVID-19 tahun 2020 Provinsi Riau. *JOELS: Journal of Election and Leadership*, 4(1), 54–64.

## **Buku**

- Cindrakasih, R. R., Muhariani, W., Murtiadi, M., Saeni, E., Priatna, P., Wulandari, Y. F., ... & Yulianto, H. (2024). *Buku ajar public relations & manajemen krisis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective public relations* (Ed. ke-9). Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2020). *Human relations & public relations*. CV. Mandar Maju.
- Gassing, S. S., & Suryanto. (2016). *Public relations*. C.V. Andi Offset.
- Gunawan, I. (2017). *Metode penelitian kualitatif: Teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Jefkins, F. (2018). *Public relations* (Ed. ke-5). Erlangga.
- Morrison, K. (2006). *Pengantar public relations: Strategi menjadi humas profesional*. PT Raja Grafindo Persada.

- Ruslan, R. (2014). *Manajemen publik relation dan media komunikasi: Konsep dan aplikasi*. PT Raja Grafindo.
- Silviani, I. (2019). *Public relations sebagai solusi komunikasi krisis*. PT Scopindo Media Pustaka.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Suprawoto. (2018). *Government public relations: Perkembangan dan praktik di Indonesia*. Prenamedia Group.

### Website

- Komisi Pemilihan Umum Kota Tangerang Selatan. (n.d.). *Beranda*. <https://kota-tangerangselatan.kpu.go.id>
- Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. (n.d.). *Beranda*. <https://www.kpu.go.id>
- Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. (n.d.). *Pemilu 2024*. <http://pemilu2024.kpu.go.id>
- Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. (n.d.). *Film “Kejarlah Janji” bukan sekadar tontonan tetapi bisa jadi tuntunan songsong Pemilu Serentak 2024*. <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11904/film-kejarlah-janji-bukan-sekadar-tontonan-tetapi-bisa-jadi-tuntunan-songsong-pemilu-serentak-2024>
- Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. (n.d.). *Open Data KPU*. <https://opendata.kpu.go.id/dataset/79a45ff6e-db20af17d-f11f4bf9d-e7f1c>