

## Membangun Komunikasi Melalui Podcast Sebagai Upaya KPU RI Meraih *Engagement* Dengan Pemilih Generasi Muda

Irmawanti, Wa Ode Nila Farlin

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Halu Oleo Kendari

[irmawanti.kf@uho.ac.id](mailto:irmawanti.kf@uho.ac.id)

### ABSTRAK

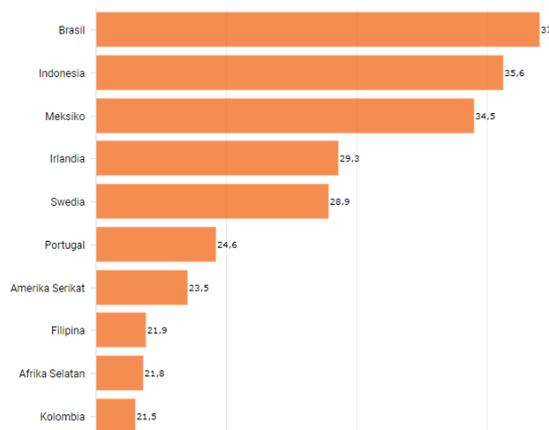
*Penetrasi di Indonesia semakin meningkat pasca pandemi dan didominasi oleh kelompok usia muda. Intensitas yang massif dengan Internet telah mengubah perilaku generasi muda dan mereka cenderung mengandalkannya untuk dapat mengakses media digital, media sosial, informasi dan lainnya. Generasi muda tersebut juga mendominasi jumlah pemilih pada Pemilu 2024. KPU RI yang memahami kondisi tersebut berupaya untuk membangun engagement dengan pemilih generasi muda. Podcast. Penggunaan Podcast tidak terlepas dari tingginya minat generasi muda terhadap media digital tersebut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menelitinya karena KPU RI menjadi penyelenggara pemilu pertama di Indonesia yang memiliki Podcast untuk melakukan engagement dengan pemilih generasi muda. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan komunikasi KPU RI dalam melakukan engagement dengan pemilih generasi muda melalui Podcast. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi Pustaka. Hasilnya, pertama jumlah subscribers Youtube meningkat yang merupakan kanal Podcast KPU RI. Kedua, diperlukan kanal selain Youtube untuk Podcast KPU RI untuk meningkatkan engagement dengan pemilih generasi muda.*

**Keywords:** Engagement, Podcast, KPU RI, Media Digital

### PENDAHULUAN

Jumlah penetrasi internet di Indonesia meningkat, terutama generasi muda. Tingkat penetrasi internet di kelompok usia 13-18 tahun mencapai 99,16% pada 2021-2022. Kemudian, kelompok usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi internet sebesar 98,64% dan tingkat penetrasi internet di rentang usia 35-54 tahun sebesar 87,30%. Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa jumlah penduduk Indonesia yang telah terkoneksi dengan internet meningkat pada kurun 2021-2022 mencapai 210 juta orang. Sebelum pandemi, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya mencapai 175 juta orang (Firmansyah, 2022).

Meningkatnya jumlah penetrasi internet terutamanya generasi muda berbanding lurus dengan jumlah pengguna Podcast di Indonesia. Podcast adalah sebuah aplikasi konvergensi yang mampu menghimpun, membuat dan mendistribusikan program audio video radio pribadi secara bebas melalui *newmedia* serta mampu menghimpun format MP3, pdf, ePub, dan download melalui sindikasi sehingga dapat disatukan dalam satu wadah dan diakses banyak orang diseluruh belahan dunia, mulai dari yang bersifat personal, hingga *public* (Berry, 2006). Menurut GlobalWebIndex (GWI), persentase pendengar Podcast Indonesia terbesar kedua di dunia per kuartal III 2021. Pendengar Podcast di Indonesia mencapai 35,6% dari total pengguna internet berumur 16-64 tahun. Indonesia hanya kalah dari Brasil yang persentasenya mencapai 37% (Pahlevi, 2022).



Gambar 1 Persentase Pendengar Podcast terhadap Total Pengguna Internet Berdasarkan Negara, Kuartal III 2021. Sumber: Katadata.co.id

Podcast merupakan komunikasi satu arah yang hanya dapat memberikan informasi, berbeda dengan radio yang memberikan kesempatan pendengarnya untuk berinteraksi. Podcast dilaksanakan sebagai sebuah seri yang terdiri atas rangkaian episode. Pada umumnya, ada satu *host* dan satu narasumber dalam sebuah Podcast. Kemudian, berkembang model lain seperti satu *host* yang sekaligus narasumber, dua *host* dan satu narasumber, atau satu *host* dan lebih dari satu narasumber. Jumlah ini bergantung konsep dan impresi yang hendak ditampilkan: apakah sebuah Podcast ingin lebih terasa dekat dan personal dengan sedikit bahkan satu saja pengisi, terasa ramai dan menghibur dengan banyak pembicara. Pada intinya, fokus Podcast tetap pada monolog, dialog, dan kata-kata.

Media digital adalah informasi yang dibagikan melalui perangkat atau layar digital. Pada dasarnya, ini adalah segala bentuk media yang bergantung pada perangkat elektronik untuk pembuatan, distribusi, penayangan, dan penyimpanannya. Perusahaan sering menggunakan bentuk media ini untuk mengiklankan bisnis dan merek mereka. Faktanya, sebagian besar pemasaran modern melibatkan beberapa bentuk media digital untuk membuat dan menampilkan konten iklan. Itu termasuk posting media sosial, iklan video, dan blog atau artikel penelitian (CopyPress, 2022)

Perkembangan media digital semakin pesat, terutama memfasilitasi masyarakat dalam mengakses informasi dan jejaring sosial. Media atau teknologi itu sendiri adalah pesan atau artefak dari kebudayaan, *medium is the message* (McLuhan, 2001). Sebuah peradaban bisa dirujuk dan diteliti dari media yang digunakan untuk berinteraksi di kehidupan sehari-hari. Perubahan dan konvergensi media ini tentunya juga membawa perubahan besar kepada khalayak sebagai pengguna media itu sendiri. Peradaban dunia juga berubah seiring dengan kemunculan dan progres teknologi media. KPU RI menyadari perubahan yang terjadi, sehingga selain aktif dalam memberikan informasi tentang kepemiluan di website dan media sosial, juga telah melakukan *engagement* kepada generasi muda melalui Podcast.

KPU RI merupakan lembaga penyelenggara pemilihan umum (Pemilu) di Indonesia. Pemilihan 2020 sukses mencatatkan tingkat partisipasi sebesar 76,09 persen. Capaian ini membanggakan karena proses pemilihan yang berlangsung di masa pandemi Covid-19, juga meneruskan tren positif peningkatan partisipasi pemilih yang meningkat secara berkelanjutan dari tiga penyelenggaraan pemilihan sebelumnya, mulai dari Pemilihan 2015 (69,35 persen), Pemilihan 2017 (74,89 persen) dan Pemilihan 2018 (74,92 persen).

Tahun 2024, KPU RI akan kembali menyelenggarakan Pemilu untuk memilih secara serentak Presiden dan Wakil Presiden, Anggota DPR RI, DPD RI, Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati/Walikota dan Wakil Bupati/Walikota, serta DPRD Provinsi dan

Kabupaten/Kota. Tahapan pemilu 2024 telah dimulai sejak Juni tahun 2022. Sehingga, KPU RI sudah mulai melakukan *engagement* kepada *stakeholders*, dalam hal ini terhadap pemilih muda yang jumlahnya mendominasi pada pemilu 2024. Pemilih muda didefinisikan sebagai warga yang berusia 17-39 tahun. Berdasarkan, hasil survei *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) proporsi pemilih muda pada Pemilu 2024 diprediksi mendekati 60 persen atau sekitar 190 juta warga (Dzulfaroh, 2022).

Terdapat banyak penelitian terkait Podcast di Indonesia, diantaranya penelitian terkait Podcast sebagai media pembelajaran di era milenial. Hasilnya, media Podcast dianggap efektif untuk meningkatkan hasil belajar (Mayangsari & Tiara, 2019). Selain itu, penelitian tentang strategi digital *Public Relations* pegiat Podcast dalam membangun *brand engagement*, hasilnya dalam membangun engagement, pegiat Podcast memperhatikan dan membuat interaksi yang aktif baik di dalam jaringan (*daring*) maupun di luar jaringan (*luring*). Salah satu contoh keberhasilan dari *engagement* yang dibangun adalah adanya komunitas *online* atau virtual yang merupakan pendengar setia Podcast. Komunitas juga membantu dalam mempromosikan Podcast (Chitra & Oktavianti, 2019).

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi KPU RI dalam melakukan engagement terhadap pemilih muda melalui Podcast. Penelitian ini memfokuskan pada lembaga yakni KPU RI sebagai Podcaster yang tergolong baru.

## STUDI LITERATUR

### Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Secara terminologi, para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing diantaranya Gerald R. Miller, yang menjelaskan bahwa “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan suatu penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”

Everett M. Rogers juga mengemukakan pendapatnya dan menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka. Berbeda dengan Everett, Raymond S. Ross, menjelaskan komunikasi merupakan suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.

Harold Laswell, mendefinisikan komunikasi dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut *Who says what and with channel to whom with what effect?* atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana. Teori dari Laswell ini yang kemudian akan digunakan pada penelitian ini untuk dapat memahami komunikasi yang dilakukan KPU RI dalam meraih *engagement* pemilih generasi muda melalui Podcast.

1. **Who**, merujuk pada komunikator atau sumber yang mengirimkan pesan. Menurut Lasswell, dalam setiap bentuk komunikasi selalu ada seseorang atau sesuatu yang memainkan peran dalam melakukan komunikasi. Para ahli komunikasi sepakat bahwa yang dimaksud dengan komunikator adalah *source/transmitter/sender* atau pengirim pesan. Terkait dengan studi media, maka elemen *Who* dalam model komunikasi Lasswell dapat dikaji melalui analisis kontrol atau *control analysis*. Yang dimaksud dengan analisis kontrol atau *control analysis* adalah studi atau kajian yang menitikberatkan pada hal-hal yang terkait dengan kepemilikan media massa, ideologi media, dan lain sebagainya.

2. **(Says) What**, merujuk pada isi pesan. Elemen kedua dalam model komunikasi Lasswell adalah elemen (Says) What yang merujuk pada isi pesan.
3. **(In Which) Channel**, merujuk pada media atau saluran yang digunakan untuk mengirimkan pesan. Elemen ketiga dalam model komunikasi Lasswell adalah elemen *(In Which) Channel* yang merujuk pada pemilihan dan penggunaan media dalam proses pengiriman pesan. Kesalahan dalam pemilihan media yang tepat dapat mempengaruhi efek komunikasi yang diharapkan.
4. **(To) Whom**, merujuk pada penerima pesan. Elemen keempat yang tak kalah penting dalam model komunikasi Lasswell adalah elemen (To) Whom atau siapa yang menjadi penerima pesan.
5. **Effect**, merujuk pada efek media yang ditimbulkan. Elemen terakhir dalam model komunikasi Lasswell adalah elemen (With What) Effects, yaitu efek yang ditimbulkan dari komunikasi yang dilakukan.

### Media Digital

Mc Luhan menjelaskan bahwa media adalah parameter dari semua perusahaan, baik swasta maupun kolektif. Mereka memaksakan, mereka adalah asumsi. Oleh karena itu, sebagian besar mereka subliminal hanya karena mereka konstitutif dan meresap. Tetapi untuk usia yang basah kuyup, mungkin lebih efektif untuk mengatakan "Media adalah parameternya" daripada "media adalah pesannya". Media digital merupakan ruang teknologi yang memungkinkan menjalin komunikasi langsung dengan setiap pengguna atau klien agar dapat bertukar informasi atau ide dengan cara yang jauh lebih organik dan kurang terstruktur.

### Podcast

Nama Podcast diambil dari "iPod", sebuah produk dari Apple yang amat populer selain iPhone, dan "cast" dari "broadcast" yang telah populer pada masa kejayaan radio. Dua kata tersebut dikombinasikan dan menjadi sebuah hal yang berdiri sendiri. Podcast kemudian lepas dari bayang Apple sebab karena dapat tayang di bawah vendor lain (bahkan vendor bukan hal terpenting lagi), dan berdisrupsi dari pakem radio yang patuh pada redaksi menjadi lebih *personalized* (Priyatmojo & dkk, 2021). Terdapat beberapa platform yang mendukung tersedianya Podcast, seperti iTunes, Stitcher, Google Play, dan Spotify. Menurut Putra yang dikutip dari (Liyanty, 2020) ada tiga jenis Podcast, yaitu:

- a. Podcast Interview, merupakan siaran yang dilakukan antara dua penyiar dan membahas suatu topik tertentu. Jenis Podcast ini biasanya dilakukan oleh satu penyiar dan satu bintang tamu. Isi dari Podcast ini biasanya menyesuaikan dengan bintang tamu yang diundang saat siaran berlangsung. Obrolan yang di rekam juga tidak terlalu perlu disiapkan, karena penyiar akan mengulik bintang tamu secara reflek seperti sedang mengajak berdiskusi.
- b. Solo Podcast, ini hanya dilakukan oleh satu penyiar saja, sehingga mempermudah Podcaster baru dalam mempelajari proses membangun konten. Tidak banyak yang perlu disiapkan oleh solo Podcaster, hanya memerlukan alat perekam dan ide yang akan direkam untuk diunggah dalam Podcast. Dalam pencarian ide konten Podcast pun dipermudah tanpa mengimbangi lawan bicara dalam siaran. Ide yang di gunakan lebih sering membahas keresahan sang pemilik akun Podcast, menceritakan tentang opini dari pengalam diri, dan membahas isu tertentu yang dekat dari pengalaman Podcaster.
- c. Multi-Host Podcast, Jenis Podcast yang dilakukan secara dinamis karena dibawakan oleh dua penyiar. Multi-Host Podcast juga menyajikan diskusi tentang suatu topik dengan kesiapan lebih matang dari interview Podcast. Kedua penyiar mengutarakan

opini masing-masing dari segi tema yang telah ditentukan. Multi-Host Podcast juga mengundang bintang tamu untuk mengutarakan opini.

### **Engagement**

*Stakeholder engagement* sebagai interaksi antara organisasi dan individu dan kelompok yang dipengaruhi oleh, atau mempengaruhi organisasi. Selama proses engagement, baik organisasi dan stakeholder bersama-sama mengelola hubungan dan membangun makna untuk mencapai kesepakatan dan tujuan yang saling menguntungkan (Botan & Taylor, 2004; Heath, 2014). *Engagement* menjadi gambaran seberapa baik kemampuan sebuah akun untuk mempengaruhi follower-nya. Semakin tinggi *engagement*, maka semakin berpengaruh pula konten yang diproduksi. Untuk menghasilkan konten yang sangat berpengaruh, tentunya penting untuk memahami selera audiens, selain itu harus memiliki ciri khas. Podcast yang menarik dengan kemasan yang fantastis akan membuat pendengar Podcast sangat antusias sekali untuk mendengar Podcast bahkan menjadi *follower* Podcast. Karena sesungguhnya Podcast menarik atau tidak, tergantung pada narasumber dan pengemasan yang menarik sehingga dapat meningkatkan *engaging* animo masyarakat sekitar.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Bogdon dan Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur riset yang menciptakan informasi deskriptif berbentuk perkata tertulis dan atau lisan dari seseorang serta sikap yang bisa diamati (Moleong & Surjaman, 1989). Pendekatan yang digunakan adalah studi pustaka dengan melakukan riset media digital, media massa, jurnal, buku, dan literatur lainnya. Studi pustaka merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2015). Penelitian studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin tentang subjek penelitian sebelum mempersempit fokus penelitian. Penelitian studi pustaka dapat juga digunakan untuk membantu memberikan pembaca latar belakang informasi penelitian dan konteksnya. Penelitian studi pustaka saat ini dimungkinkan untuk memperoleh banyak sekali sumber materi, data primer dari semua jenis mulai dari studi pemerintah dan non-pemerintah yang ditemukan dalam artikel, hasil penelitian dan gabungan penelitian, buku, serta publikasi lainnya. Dalam pengumpulan data, penelitian ini melakukan riset perbincangan, pernyataan, dan sikap KPU RI dalam *engagement* generasi muda melalui Podcast.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia**

KPU RI didirikan berdasarkan Keppres No. 16 Tahun 1999, beranggotakan 53 orang anggota, dari unsur pemerintah dan Partai Politik. KPU RI pertama dilantik Presiden BJ Habibie. KPU RI kedua dibentuk berdasarkan Keppres No 10 Tahun 2001, beranggotakan 11 orang, dari unsur akademis dan LSM. KPU RI periode kedua dilantik oleh Presiden Abdurrahman Wahid (Gus Dur) pada tanggal 11 April 2001. KPU periode (2007-2012) dibentuk berdasarkan Keppres No 101/P/2007 yang berisikan tujuh orang anggota yang berasal dari anggota KPU Provinsi, akademisi, peneliti dan birokrat dilantik tanggal 23 Oktober 2007. Tepat tiga tahun setelah berakhirnya penyelenggaraan Pemilu 2004, muncul pemikiran di kalangan pemerintah dan DPR untuk meningkatkan kualitas pemilihan umum, salah satunya kualitas penyelenggara Pemilu. Sebagai penyelenggara pemilu, KPU dituntut independen dan non-partisan.

Selain itu DPR-RI berinisiatif menyempurnakan peraturan tentang pemilihan kedalam 1 (satu) undang-undang secara lebih komprehensif, yakni Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilu. Sebelumnya keberadaan penyelenggara Pemilu terdapat dalam Pasal 22-E Undang-Undang Dasar Tahun 1945 dan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2003 tentang Pemilu DPR, DPD dan DPRD, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2003 tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden.

Konstitusi mengamanatkan penyelenggaraan pemilihan umum dilaksanakan oleh suatu komisi pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri. Sifat nasional mencerminkan bahwa wilayah kerja dan tanggung jawab KPU sebagai penyelenggara Pemilihan Umum mencakup seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sifat tetap menunjukkan KPU sebagai lembaga yang menjalankan tugas secara berkesinambungan meskipun dibatasi oleh masa jabatan tertentu. Sifat mandiri menegaskan KPU dalam menyelenggarakan Pemilihan Umum bebas dari pengaruh pihak manapun.

Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara mengatur mengenai KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota sebagai lembaga penyelenggara pemilihan umum yang permanen dan Bawaslu sebagai lembaga pengawas Pemilu. KPU dalam menjalankan tugasnya bertanggung jawab sesuai dengan peraturan perundang-undangan serta dalam hal penyelenggaraan seluruh tahapan pemilihan umum dan tugas lainnya. KPU memberikan laporan Presiden kepada Dewan Perwakilan Rakyat.

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu, menetapkan jumlah anggota KPU menjadi 7 orang. Komposisi keanggotaan KPU harus memperhatikan keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30% (tiga puluh persen). Masa keanggotaan KPU berlangsung selama 5 (lima) tahun terhitung sejak pengucapan sumpah/janji.

Adapun tugas, fungsi, wewenang dan kewajiban KPU yakni merencanakan dan melaksanakan tahap-tahap, jadwal dan mekanisme Pemilu DPR, DPD, DPRD, Pemilu Presiden/Wakil Presiden dan Pemilu Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah. Penyelenggara Pemilu berpedoman kepada asas: mandiri; jujur; adil; kepastian hukum; tertib penyelenggara Pemilu; kepentingan umum; keterbukaan; proporsionalitas; profesionalitas; akuntabilitas; efisiensi dan efektivitas.

### **Pemilih Generasi Muda**

Pemilih adalah warga negara Indonesia yang telah genap berusia 17 tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin. Pemilih dalam setiap pemilihan umum didaftarkan melalui pendataan yang dilakukan oleh petugas yang ditunjuk oleh penyelenggara pemilihan umum. Adapun syarat-syarat yang harus dimiliki untuk menjadikan seseorang dapat memilih adalah:

1. WNI yang berusia 17 tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin.
2. Tidak sedang terganggu jiwa/ingatannya
3. Terdaftar sebagai pemilih.
4. Bukan anggota TNI/Polri (Purnawirawan / Sudah tidak lagi menjadi anggota TNI / Kepolisian).
5. Tidak sedang dicabut hak pilihnya
6. Terdaftar di DPT.
7. Khusus untuk Pemilukada calon pemilih harus berdomisili sekurang-kurangnya 6 (enam) bulan didaerah yang bersangkutan

Pemilih generasi muda terdiri dari pemilih pemula dan berusia muda. Pemilih pemula merupakan pemilih yang baru pertama kali memilih terdiri atas pelajar, mahasiswa atau pemilih dengan rentang usia 17-21 tahun. Muda dimulai dari usia 16 tahun mengikuti

penetapan umur anak muda yang dilakukan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa, sedangkan batas umur anak muda sampai 30 tahun didasari oleh UU Kepemudaan No. 40 tahun 2009 pasal 1 tentang: Pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun. Pemilih generasi muda ini dapat menjadi kekuatan tersendiri dalam pemilu, antusias kelompok ini cukup tinggi dan mayoritas kelompok ini ingin memberikan suaranya pada setiap pemilu. Pengetahuan mereka terhadap pemilu tidak berbeda jauh dengan kelompok lainnya, yang membedakan adalah soal antusiasme dan preferensi (Sy, 2010).

### Komunikasi KPU RI Melalui Podcast

Podcast KPU RI dirilis pada 22 Desember 2021 yang diresmikan oleh Ketua dan Anggota KPU RI periode 2017-2022 Ilham Saputra, Arief Budiman, Evi Novida Ginting Manik, I Dewa Kade Wiarsa Raka Sandi serta Sekjen KPU RI Bernad Dermawan Sutrisno.

Jenis Podcast KPU RI merupakan Podcast *interview*, merupakan siaran yang dilakukan antara dua penyiar dan membahas suatu topik tertentu. Jenis Podcast ini biasanya dilakukan oleh satu penyiar dan satu bintang tamu. Lasswell menjelaskan komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui media kepada komunikan yang menimbulkan efek tertentu.

Bagi KPU RI Podcast merupakan media sosialisasi terbaru yang dimiliki. Hal itu bertujuan untuk mengikuti perkembangan zaman. Juga, Podcast disebut efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, terutama pemilih pemula dan generasi muda.

*“Sangat penting karena bagaimanapun sosialisasi itu, kita menyampaikan kepada orang ada zamannya. Podcast ini kan ramai ya, semua tokoh publik orang tertentu yang ingin didengar menggunakan podcast dengan model wawancara orang, apa yang ingin disampaikan masyarakat, ini penting Ilham juga meyakini kehadiran Podcast akan memperkaya dan melengkapi media sosial yang dimiliki KPU RI. Saat ini KPU RI sendiri telah memiliki Facebook (Meta), Instagram, twitter, Youtube”*, Ilham Syaputra (Dian, 2021).

Podcast di-*share* di youtube KPU RI dan diskusi serial menyesuaikan dengan apa yang akan dibicarakan masing-masing komisioner dan sekretariat jenderal. Podcast KPU RI juga melibatkan mitra seperti Bawaslu, DKPP, Kemendagri, kementerian lain dan teman pemilih.



Sumber: Youtube KPU RI

Podcast KPU RI telah berlangsung selama satu tahun, dan memproduksi sebanyak 33 konten, berikut rinciannya konten hingga subscribers meningkat:

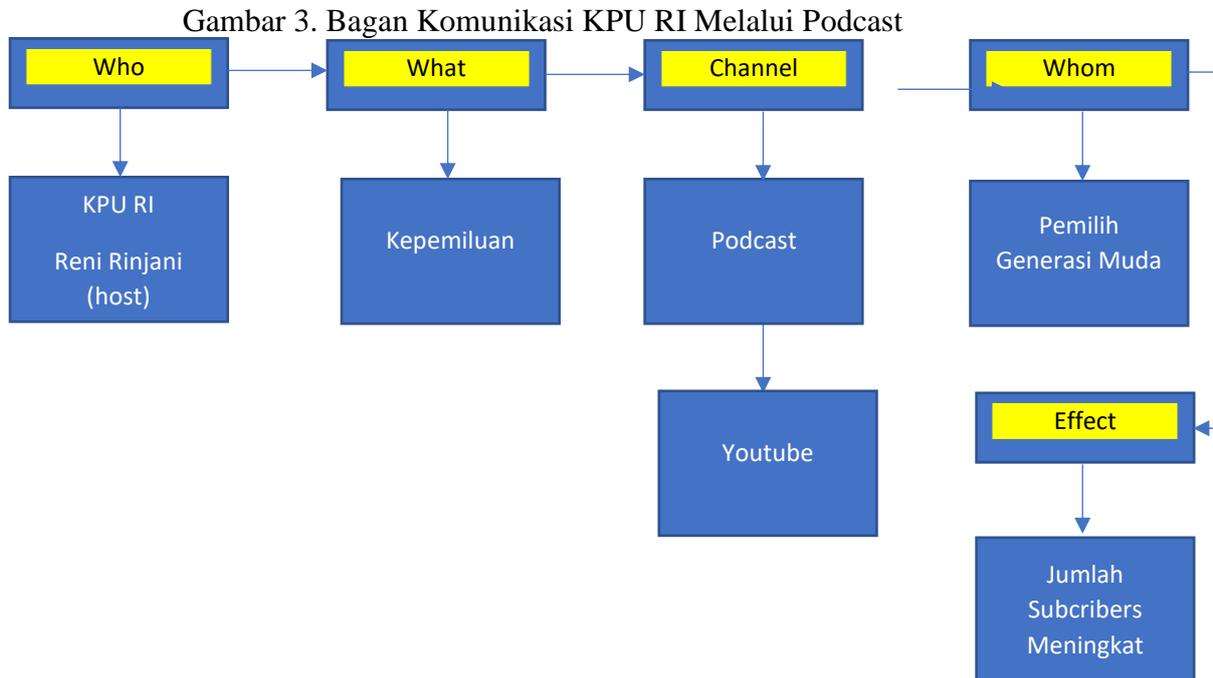
Tabel 1. Podcast KPU RI

Episode	Bulan	Judul	Narasumber	Jumlah viewer	Subscribers
1.	Desember	Kenapa sih kita harus memilih	Ilham Saputra (Ketua KPU RI periode 2017-2022)	5.7 K	60.3 K
2.	Januari	Anak muda cuek pemilu?	I Dewa Kade Wiarsa Raka (Anggota KPU RI periode 2017-2022)	3 K	60.3 K
3.		Pengen Tau Curhat Anak Muda Soal Memilih	Mutiara Putri Delilah dan Muhammad Naufal Ridwan (Mahasiswa FH UNDIP)	1.9 K	60.3 K
4.		Logis, Kritis, Kreatif vs Demokrasi??	Hasyim Asyari (Anggota KPU RI periode 2017-2022)	5,1 K	60.3 K
5.		The Rain Rindu Memilih	Band The Rain	1, 4 K	60.3 K
6.		Februari	Anak Muda Masih Asal Pilih	Surya Yudiputra, Adam Putra Firdaus dan Fadel Muhammad Suaib (Pengurus BEM Fakultas Hukum Universitas Indonesia 2021)	1, 6 K
7.		Calon Pemilih Pemula Kepoin Pemilu 2024..??	Surya, Kayla, Karim (Ketua dan Penguru OSIS SMA Bakti Mulya 400 Jakarta)	4 K	60.3 K
8.		Tindak Lanjut KPU Pasca Peluncuran Hari Pemungutan Suara Pemilu Serentak 2024	Ilham Saputra (Ketua KPU RI periode 2017-2022)	2.5 K	60.3 K
9.		Pemimpin Ideal di Mata Mahasiswa	Muammar Khadafi dan Muhammad Faris Balya (Ketua Umum dan Pengurus Himapol UNNAS)	1,6 K	60.3 K
10.		Mei	Siapkah Sirekap Untuk Pemilu 2024 ???	Evi Novida Ginting Manik (Anggota KPU RI periode 2017-2022)	3,4 K
11.	Juli	Lebih Gampang Pilih Pemimpin atau Pasangan ???	Nessie Judge (Konten Kreator)	1,8 K	60.3 K
12.		Kenali, Lawan HOAX..!!	Anisha Dasuki (Anchor MNC Grup)	1.9 K	60.3 K
13.		Terjeminkah Keamanan Data Pemilih pada Pemilu 2024???	Betty Epsilon Idrus (Anggota KPU RI periode 2022-2027)	3.9 K	60.3 K
14.		Apa Peranmu Dalam Pemilu Nanti ???	August Melaz (Anggota KPU RI periode 2022-2027)	4 K	60.3 K
15.	Agustus	Berani Menentukan Pilihan..??	Shika Amanieka (Model/Calon Mahasiswa)	780	60.3 K
16.		Ibu-Ibu Strong Influencer Demokrasi Dalam Keluarga	Dr. Muhadam Labolo (Akademisi)	1,53 K	60.4 K
17.		Siapa sih pilihan para K-Poppers???	Park Isel (K-Poppers)	798	60.4 K

Sumber: Diolah Peneliti

Model komunikasi Lasswell menggambarkan kajian proses komunikasi secara ilmiah yang menitik beratkan pada berbagai turunan dari setiap elemen komunikasi dan sekaligus merupakan jawaban dari pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom*

*With What Effect.* Berdasarkan data tersebut, komunikasi KPU RI untuk meraih engagement pemilih generasi muda digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Diolah Peneliti

1. Who; Menurut Lasswell, dalam setiap bentuk komunikasi selalu ada seseorang atau sesuatu yang memainkan peran dalam melakukan komunikasi. Para ahli komunikasi sepakat bahwa yang dimaksud dengan komunikator adalah source/transmitter/sender atau pengirim pesan. Pada penelitian ini, komunikator adalah KPU RI sebagai lembaga penyelenggara pemilu yang diwakili oleh Reni Rinjani selaku host Podcast KPU RI. Tidak hanya host, dalam Podcast KPU RI juga terdapat narasumber dengan berbagai latar belakang untuk mendukung pesan yang disampaikan kepada audiens. Termasuk Ketua dan Anggota KPU RI yang menyampaikan langsung pesan tentang kepemiluan kepada pemilih generasi muda.
2. What; Elemen kedua dalam model komunikasi Lasswell adalah elemen (Says) What yang merujuk pada isi pesan. Isi pesan dalam Podcast KPU RI dapat dilihat dari data di atas, tidak terlepas dari kepemiluan. Tidak hanya informatif namun juga terdapat edukasi di dalamnya. Hal itu tidak terlepas dari viewers yang menjadi target dari Podcast KPU RI yakni pemilih generasi muda.
3. Channel; Merujuk pada media atau saluran yang digunakan untuk mengirimkan pesan, KPU RI membuat Podcast dengan memanfaatkan kanal youtube yang dimiliki. Hingga satu tahun, Podcast KPU RI masih menggunakan kanal youtube. Kanal Podcast pada umumnya juga dapat diakses melalui aplikasi-aplikasi mobile untuk mendukung mobilitas seperti anchor, Google Podcast, Podbean. Penggunaan kanal yang semakin banyak tentu akan meningkatkan *engagement* dari pemilih generasi muda yang produktivitasnya dengan mobilitas yang tinggi.
4. Whom Merujuk pada penerima pesan, jumlah pemilih generasi muda mendominasi pada Pemilu 2024 sehingga mereka menjadi target komunikasi dari Podcast KPU RI. Meskipun demikian, secara umum Podcast KPU RI juga dapat dinikmati seluruh viewer youtube KPU RI.

5. Effect Efek yang ditimbulkan dari komunikasi yang dilakukan KPU RI, subscribers youtube meningkat dari 60.3 K menjadi 60.4 K pada episode 15 Podcast. Meskipun demikian viewers tertinggi Podcast masih jauh berada di bawah angka subscribers.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pada pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Meningkatnya jumlah subscribers KPU RI merupakan bagian upaya engagement yang dilakukan KPU RI kepada pemilih generasi muda melalui Podcast.
2. Podcast berkembang seiring dengan meningkatkan jumlah peminatnya. Sehingga, terdapat banyak kanal Podcast yang tersedia dengan fitur yang memudahkan pendengarnya. Sehingga, diperlukan kanal Podcast selain youtube untuk dapat meluaskan jangkauan terhadap pemilih generasi muda. Selain itu, memudahkan generasi muda memilih topik yang ingin didengarkan dengan mudah juga dapat dilakukan dengan melakukan aktivitas lain.

## REFERENSI

- Berry, R. (2006). Will The iPod Kill The Radio Star? *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. SAGE Journals, 143-162.
- Chitra, B., & Oktavianti, R. (2019). Strategi Digital Public Relations Pegiat Podcast dalam Membangun Brand Engagement (Studi Kasus dalam Podcast Duo Budjang). *Prologia*, 532.
- CopyPress. (2022, April 27). *Content Marketing*. Retrieved from <https://www.copypress.com/>: <https://www.copypress.com/kb/content-marketing/digital-media-definition-and-examples/>
- Dian. (2021, Desember 22). *Berita*. Retrieved from [kpu.go.id: https://www.kpu.go.id/berita/baca/10257/selamat-podcast-kpu-ri-resmi-mengudara](https://www.kpu.go.id/berita/baca/10257/selamat-podcast-kpu-ri-resmi-mengudara)
- Dzulfaroh, A. N. (2022, September 27). *Kompas.com Tren*. Retrieved from [Kompas.com: https://www.kompas.com/tren/read/2022/09/27/143000565/pemilu-2024-didominasi-pemilih-muda-apakah-peta-politik-akan-berubah-?page=all](https://www.kompas.com/tren/read/2022/09/27/143000565/pemilu-2024-didominasi-pemilih-muda-apakah-peta-politik-akan-berubah-?page=all).
- Firmansyah, L. M. (2022, November 22). *Tech*. Retrieved from [Fortune Indonesia: https://www.fortuneidn.com/tech/luky/berapa-pengguna-internet-indonesia-per-2022-berikut-datanya](https://www.fortuneidn.com/tech/luky/berapa-pengguna-internet-indonesia-per-2022-berikut-datanya)
- Liyanty, L. A. (2020). *EFEKTIVITAS PODCAST SEBAGAI MEDIA BARU DALAM PENYEBARAN INFORMASI EDUKASI BRAND LOCAL (Studi Pada Pengikut Akun Podcast Kata Dochi)*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Mayangsari, D., & Tiara, D. R. (2019). Podcast Sebagai Media Pembelajaran Di Era Milenial. *Jurnal Golden Age*, 126.
- McLuhan, M. (2001 ). *The medium is the message an inventory of effects*. United Kingdom: Gingko Press.
- Moleong, L. J., & Surjaman, T. (1989). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remadja Karya.
- Pahlevi, R. (2022, Februari 8). *Teknologi & Telekomunikasi*. Retrieved from [https://databoks.katadata.co.id/: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/08/pendengar-podcast-indonesia-terbesar-ke-2-di-dunia#:~:text=Mengutip%20data%20GlobalWebIndex%20\(GWI\)%2C,Brasil%20yang%20persentasenya%20mencapai%2037%25](https://databoks.katadata.co.id/: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/08/pendengar-podcast-indonesia-terbesar-ke-2-di-dunia#:~:text=Mengutip%20data%20GlobalWebIndex%20(GWI)%2C,Brasil%20yang%20persentasenya%20mencapai%2037%25).

- Priyatmojo, A. S., & dkk. (2021). *Buku Pedoman Pemanfaatan Podcast dalam Pembelajaran Bahasa Inggris*. Semarang: LPPM Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sy, P. (2010). *Politik pencitraan* . Jakarta: GP Press.
- Syarafina, W. (2021). Strategi Komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Eksistensi DI Era Digital (Studi Kasus Pada Podcast Manusia Keju). *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17.