

 <p>JURNAL GRAFITI JOURNAL OF GRAPHIC DESIGN AND CREATIVE INDUSTRIES Published by Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS Universitas Negeri Padang, Indonesia</p>	ONLINE ISSN 3025 - 924X
	<p><i>Vol. 1 No. 2, 2023</i> <i>Page 130-146</i></p>

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI SADAR PEMILU DI KPU PROVINSI SUMATERA BARAT

Edho Rinaldo¹, Dini Faisal²
Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Bar., Kec. Padang Utara, Kota Padang,
Sumatera Barat 25171
Email: edhorinaldo07@gmail.com

Submitted: 20xx-mm-dd	Published: 20xx-mm-dd
Accepted: 20xx-mm-dd	DOI: 10.24036/grafiti.v1i11.xxxx

Abstrak

Perancangan ini bertujuan meningkatkan pemahaman pemilih pemula tentang pentingnya peran mereka dalam pemilu melalui video animasi. Latar belakang menyoroti signifikansi pemilu, khususnya peran pemilih pemula, serta kekurangan edukasi dan peran penting media sosial dalam mencapai kelompok ini. Metode penelitian menggunakan analisis data kualitatif dengan pendekatan model 4-D (pendefinisi, perancangan, pengembangan, dan penyebaran). Data primer dan sekunder dikumpulkan, dan analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi situasi. Konsep promosi dalam video animasi dijelaskan untuk meningkatkan kesadaran pemilu di KPU Provinsi Sumatera Barat. Konsep dan teori terkait, seperti promosi, media promosi, motion graphic, storyboarding motion graphic, flat design, warna, dan layout, dijabarkan. Solusi dari masalah, video Motion Graphic serta dengan memanfaatkan media sosial, produksi konten berkualitas, kampanye kesadaran hak pilih, pencegahan pengaruh buruk, dan pelatihan khusus pemilih pemula. Diharapkan strategi ini akan memacu partisipasi pemilih pemula dalam Pemilu 2024, menjadikan suara mereka berpengaruh dalam menentukan arah negara. Hasil perancangan ini memberikan manfaat akademis dengan menyumbangkan pemahaman ilmiah, sekaligus manfaat praktis dalam meningkatkan kesadaran pemilu di kalangan pemilih pemula. Pendekatan kreatif yang diterapkan dalam perancangan media promosi diharapkan dapat menciptakan konten yang efektif sambil mempertahankan nilai budaya Sumatera Barat.

Kata kunci: *pemilu, pemula, motion graphic, KPU*

Abstract

This design aims to enhance the understanding of novice voters about the importance of their role in elections through animated videos. The background highlights the significance of elections, especially the role of novice voters, as well as the lack of education and the crucial role of social media in reaching this group. The research method used qualitative data analysis with a 4-D model approach (define, design, develop, and deploy). Primary and secondary data were collected, and a SWOT analysis was used to evaluate the situation. The promotional concept in the animation video is explained to increase electoral awareness at the West Sumatra Provincial Election Commission (KPU Provinsi Sumatera Barat). Relevant concepts and theories, such as promotion, promotional media, motion graphics, motion graphic storyboarding, flat design, color, and layout, are elaborated upon. The solution to the problem involves the creation of a Motion Graphic video and the utilization of social media, producing quality content, awareness campaigns for voting rights, prevention of negative influences, and special training for novice voters. It is expected that this strategy will boost the participation of novice voters in the 2024 elections, making their voices influential in determining the direction of the country. The results of this design provide academic benefits by contributing to scientific understanding, as well as practical benefits in increasing electoral awareness among novice voters. The creative approach applied in the promotional media design is expected to create effective content while preserving the cultural values of West Sumatra.

Keywords: elections, novice voters, motion graphics, KPU (Election Commission)

Pendahuluan

Undang-undang No.22 Tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum diatur mengenai penyelenggara Pemilu yang dilaksanakan oleh suatu Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang bersifat nasional, tetap dan mandiri. Tugas pokok dan wewenang KPU adalah: menyelenggarakan pemilihan presiden dan wakil presiden; Menyenggarakan pemilihan anggota DPR,DPD,DPRD Provinsi dan Kabupaten; menyelenggarakan pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah ; salah satu tugas penting penyelenggaraan pemilu adalah menjangkau generasi baru untuk menyampaikan pesan ke masyarakat secara luas bahwa setiap 5 tahun sekali pemilu dilaksanakan dan setiap generasi baru harus sudah meyiapkan pilihannya(Putra, M. Edo Pratama, 2019).

Gerakan Sadar Pemilu, yang diprakarsai oleh KPU Republik Indonesia, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pemilih, terutama pemilih pemula. KPU Sumatera Barat menghadapi masalah dalam menyebarkan informasi pemilu, khususnya kepada pemilih pemula. Pemilih pemula menghadapi berbagai permasalahan, termasuk risiko terpengaruh oleh hoaks dan kebingungan dalam proses pemilihan. Namun kenyataannya sekarang masih minim Informasi dan Edukasi Pemilihan Umum untuk masyarakat terutama generasi baru atau bisa disebut “Pemilih Pemula”. Hal ini terbukti Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat 34,75 juta orang yang tidak menggunakan hak pilihnya pada Pemilu 2019. Jumlah itu setara dengan 18,02% dari seluruh daftar pemilih tetap (DPT) Pemilu 2019 yang sebanyak 192,77 juta orang. Dan di wilayah Sumatera Barat tercatat sebanyak 75,64% ikut berpartisipasi. Dari total jumlah DPT Sumbar yakni 3.882.387, yang menyalurkan hak pilihnya adalah sebesar 2.936.719, dengan total suara sah 2.896.494 dan suara tidak sah 40.225 (Tita Shania, 2019).

Hal diatas menjadi alasan penulis untuk merancang media promosi sadar pemilu di KPU Provinsi Sumatera Barat. Perancangan ini berbentuk video motion animasi 2D. Media animasi dirancang sebagai media promosi yang dapat memberikan informasi menarik kepada masyarakat selain brosur (Ulfa 2013). Penulis memilih media animasi 2D untuk merancang media promosi Sadar pemilu di KPU Provinsi Sumatra Barat diharapkan dapat memberikan informasi yang tepat dan efektif dalam memberikan konten edukatif. Dengan memanfaatkan fitur visual, animasi akan dirancang menjadi gambar yang menarik. Hal ini membuat informasi yang diserap lebih optimal. Dalam perancangan ini memuat informasi : pentingnya partisipasi pemilih pemula dalam pemilu, informasi pemilu serentak tanggal 14 Februari 2024, siapa itu pemilih pemula, persentase jumlah pemilih pemula, total daftar pemilih tetap di tahun 2024, memotifasi untuk memilih, tips cerdas memilih dan Solusi untuk mencegah golput adalah memastikan pemilih pemula menggunakan hak pilih mereka dengan baik dan menghindari pengaruh uang atau janji-janji dari calon.

Dalam penyebaran media promosi ini akan lakukan di sosial media seperti youtube. Media sosial dijadikan sebagai strategi komunikasi politik adalah merupakan relatif baru dan menjadi fenomena hangat hingga kini. Karena setiap masyarakat pada saat ini tidak terlepas dari sosial media dalam kehidupan sehari-hari. Maka dari itu pemilihan soasial media mejadi alternatif yang baik dalam menyebarkan promosi, seperti promosi sadar pemilu.

Metode

A. Metode Perancangan

Metode Perancangan menggunakan analisis data metode penelitian kualitatif dan model yang digunakan dalam metode perancangan adalah Pengembangan model 4-D. Model 4-D terbagi Atas 4 bagian yaitu:

1. Tahap Pendefinisian (*Define*)

Tahap *Define* (pendefinisian) adalah menempatkan atau mendefinisikan, dengan mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam perancangan suatu proyek pengumpulan data bisa dilakukan dengan (metode wawancara, observasi dan dokumentasi) setelah terkumpul langkah selanjutnya menganalisis data tersebut dengan analisis SWOT, merumuskan konsep dan konten *motion graphic* tahap ini biasa dilakukan pada saat pra produksi untuk menemukan ide dan konsep perancangan.

2. Tahap Perancangan (*Design*)

Design (Perancangan) pada tahap ini hal pertama yang dilakukan adalah pembuat karakter tokoh, *asset*, sketsa, *thumbnail*, kreasi ide imajinas termasuk pewarnaannya, setelah itu menyusunnya ke dalam *frame by frame* kemudian menambahkan audio terus dikomunikasikan kepada pembimbing dan target *audience*.

3. *Develop* (Pengembangan)

Tahap ini dilakukan setelah *motion graphic* dan audio selesai dengan adanya penilaian para ahli disertai dengan uji coba pengembangan tahap ini dilakukan dengan pembimbing sebagai penilai ahli dengan tahap ini juga di uji kelayakan ide berdasarkan realitas serta melakukan *finishing*.

4. *Disseminate* (Penyebarluasan)

Tahap terakhir dalam pengembangan perangkat pembelajaran model 4D ialah tahap penyebarluasan. (Thiagarajan dkk, 1974) menjelaskan bahwa tahap akhir pengemasan akhir, difusi, dan adopsi adalah yang paling penting meskipun paling sering diabaikan. Tahap penyebarluasan dilakukan untuk mempromosikan produk hasil pengembangan agar diterima pengguna oleh individu, kelompok, atau sistem. Pengemasan materi harus selektif agar menghasilkan bentuk yang tepat.

B. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data pokok yang digunakan untuk mendukung perancangan media promosi sadar pemilu di KPU Sumatera barat, data ini didapat dengan terjun langsung kelapangan sekaligus magang selama 6 bulan di KPU Sumatera Barat, di beberapa kesempatan waktu melakukan, wawancara atau memberikan pertanyaan kepada petugas KPU Sumatera Barat serta mencatat dan melakukan observasi, dokumentasi dan ikut serta dalam kegiatan KPU Sumbar dalam beberapa kegiatannya selama magang, seperti pertemuan KPU 19 Kabupaten kota, rapat konsolidasi Vaktual, acara dengan SMAN 2 Payakumbuh, dan SMK 1 Sumbar dan kegiatan lainnya.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data tambahan yang di gunakan untuk melengkapi data Primer yang telah diperoleh, data sekunder berasal dari jurnal, *literature*, web maupun internet digunakan untuk melengkapi kekurangan data primer.

C. Metode analisis Data

Metode analisis data yang penulis gunakan yaitu menggunakan analisis SWOT. Analisis ini dibagi menjadi 4, yaitu: *streangth* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), *threat* (ancaman). Berikut analisis SWOT dari Perancangan Media Promosi Sadar Pemilu di KPU Sumatera barat:

1. *Strength* (kekuatan)

- a. KPU Sumatera Barat telah bekerjasama dengan sekolah SMA dan SMK dalam melakukan kegiatan untuk mensosialisasikan pemilu dan hal lainnya kepada siswa sebagai pemilih pemula.
- b. KPU Sumatera Barat terus bekerja sama dengan berbagai perangkat masyarakat termasuk ormas, karang taruna dan kelompok masyarakat lainnya.
- c. KPU Sumatera Barat juga menjadi pengusung dan memiliki saka pramuka sendiri yang membuat hal tersebut mempermudah mereka untuk ikut mempromosikan, menginformasikan tentang kepemiluan dan demokrasi.
- d. KPU Sumatera Barat juga memiliki platform media social seperti *Instagram, Youtube, Facebook, Twitter, Web*, dengan setiap hari terus *update* berita terbaru dengan adanya *platform* tersebut tentu juga menjadi kekuatan saat penyampaian informasi.
- e. Lokasi KPU Sumatera Barat terletak cukup Strategis , berdampingan dengan kantor pramuka, bawaslu dan kominfo Padang.

2. *Weakness* (kelemahan)

- a. Belum dan kurangnya konten serta infomasi terkait pendidikan kepemiluan kepada pemilih pemula.
- b. Terbatasnya waktu dalam kegiatan KPU kelapangan membuat Informasi ke pemilih pemula kurang mencukupi.
- c. Kurangnya kegiatan yang dilakukan KPU kepada siswa SMA, SMK, dan kampus juga penyebab kelemahan informasi yang di lakukan KPU Sumbar.
- d. Meski memiliki platform intagram dan youtube tetapi konten terkait pendidikan pemilih pemula masih belum ada dimana konten yang di sajikan itu terlalu monoton kearah itu-itu saja dan dianggap kuno tidak melirik perhatian para pemula menontonnya.

3. *Opportunity* (Peluang)

- a. Dijaman 4.0 ini sosial media yang tidak lagi asing digunakan para masyarakat luar, kesempatan dalam melihat, membaca berita, memperoleh informasi tentu sudah mempermudah dalam penyebaran informasi yang dilakukan KPU Sumatera Barat.
- b. Kesempatan bagi siswa dan mahasiswa melaksanakan magang

di KPU tentu ini juga merupakan peluang KPU memberikan informasi dan juga peluang bagi peserta magang untuk belajar seputar demokrasi dan pemilu. Secara tidak langsung akan terjadi timbal balik kerjasama dalam berbagai keuntungan.

c. KPU Sumatera Barat tentu memiliki nilai peluang yang tinggi dalam penyebarluasan promosi serta menjadi pusat informasi yang di anggap valid, dibandingkan 19 KPU Kabupaten kota.

4. *Threat* (Ancaman)

Lebih tertariknya anak muda dengan konten-konten hiburan dikarenakan mereka menganggap pemilu hanya untuk orang dewasa di tambah pola informasi dianggap kuno. Dari analisis SWOT ini dapat diketahui bahwa KPU Sumatera Barat memiliki peluang-peluang dalam pemecahan masalah untuk meningkatkan partisipasi masyarakat untuk ikut dalam pemilu.

Hasil dan Pembahasan

Media utama

Media utama yang digunakan dalam Perancangan media promosi sadar pemilu di KPU Sumatera Barat ini yaitu "*Motion Graphic*" berisi tentang proses perancangan *brief*, sketsa, konsep, pewarnaan, akhirnya berupa *motion graphic* video animasi 2D lengkap dengan *background* dan *dubbing*.

Perancangan

1) Ide cerita

Ide cerita dalam perancangan *Motion Graphic* Media Promosi Sadar Pemilu di KPU Provinsi Sumatera Barat berdasarkan pada data yang sah dan akurat tentang proses pemilu. Dalam cerita ini, bertujuan untuk mengkomunikasikan kepada pemilih pemula mengenai pemilu dan pentingnya peran mereka dalam proses demokrasi. Melalui kombinasi animasi, grafik, dan narasi yang kuat, *motion graphic* ini akan menyajikan pesan yang mudah dipahami dan menggugah semangat pemilih pemula untuk terlibat aktif dalam proses pemilu.

2) Penulisan Naskah

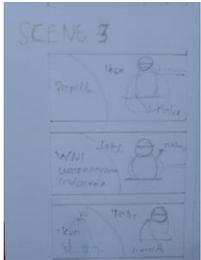
Naskah adalah penulisan cerita yang dikembangkan dari ide-ide cerita yang telah dirangkum dari data dan informasi yang valid. Dalam naskah, cerita akan diperinci lebih lanjut, termasuk dialog, narasi, dan urutan peristiwa, sehingga *motion graphic* dapat dihasilkan dengan lebih rinci dan jelas. Dengan naskah yang kuat, pesan-pesan mengenai pemilu dan peran pemilih pemula dapat disampaikan dengan efektif dalam *motion* animasi.

3) Pembuatan Storybord

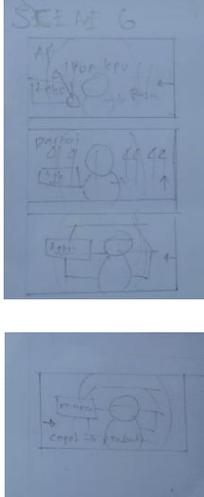
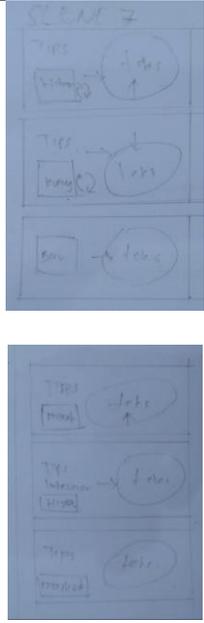
Rancangan Sketsa Karakter utama dengan atasan kepala khas pakaian minang pada bagian jasanya terdapat logo KPU RI dan Bendera Indonesia.

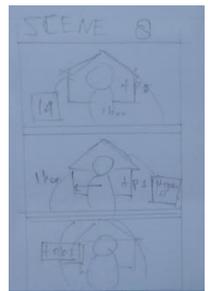


Scene	Storybord	Hasil Frame		Durasi
Scene 1		<p>7 detik</p> <p>7 detik</p> <p>9 detik</p>	<p>Sound FX Voice Over dan Back Sound</p>	23 detik
Scene 2		<p>2 detik</p>	<p>Sound FX Voice Over dan Back Sound</p>	8 detik

		 <p>Pemilih Pemula 2024</p> <p>4 detik</p>  <p>2 detik</p>		
<p>Scene 3</p>		 <p>PEMILIH PEMULA</p> <p>3 detik</p>  <p>WNI Warga Negara Indonesia 17 - 21 Tahun</p> <p>3 detik</p>  <p>Pelajar SMA Mahasiswa Pekerja</p> <p>PEMILIH PEMULA</p> <p>20 detik</p>  <p>GENERASI Z KELAHIRAN 2002 - 2006</p> <p>7 detik</p>	<p>Sound FX Voice Over dan Back Sound</p>	<p>33 detik</p>

<p>Scene 4</p> 	 <p>6 detik</p> <p>10 detik</p> <p>11 detik</p>	<p>Sound FX Voice Over dan Back Sound</p>	<p>27 detik</p>
<p>Scene 5</p> 	 <p>6 detik</p> <p>4 detik</p> <p>7 detik</p>	<p>Sound FX Voice Over dan Back Sound</p>	<p>17 detik</p>

<p>Scene 6</p> 	 <p>5 detik</p>  <p>13 detik</p>  <p>7 detik</p>  <p>8 detik</p>	<p>Sound Voice dan Sound</p> <p>FX Over Back</p>	<p>33 detik</p>
<p>Scene 7</p> 	<p>Tips Cerdas Saat Memilih Dalam Pemilu</p>  <p>4 detik</p> <p>Tips Cerdas Saat Memilih Dalam Pemilu</p>  <p>5 detik</p>	<p>Sound Voice dan Sound</p> <p>FX Over Back</p>	<p>42 detik</p>

		<p>Tips Cerdas Saat Memilih Dalam Pemilu</p>  <p>4 detik</p> <p>Tips Cerdas Saat Memilih Dalam Pemilu</p>  <p>5 detik</p> <p>Tips Cerdas Saat Memilih Dalam Pemilu</p>  <p>9 detik</p> <p>Tips Cerdas Saat Memilih Dalam Pemilu</p>  <p>15 detik</p>			
Scene 8		 <p>7 detik</p>  <p>8 detik</p>	Sound Voice dan Sound	FX Over Back	25 detik

				
<p>Hasil Video</p>	<p>-</p>	<p>-</p>		<p>3.42 menit</p>

4) Dubbing

Dalam perancangan motion graphic ini, perancang telah memutuskan untuk menggandeng seorang narator dengan suara berjenis kelamin laki-laki. Keputusan ini didasari oleh kualitas berbicara dan intonasi yang meyakinkan yang dimiliki oleh narator laki-laki, yang sangat sesuai untuk pemirsa yang masih pemula. Dengan penggunaan bahasa yang lugas dan penekanan yang sesuai, hal ini akan membantu pemirsa pemula untuk lebih mudah memahami.

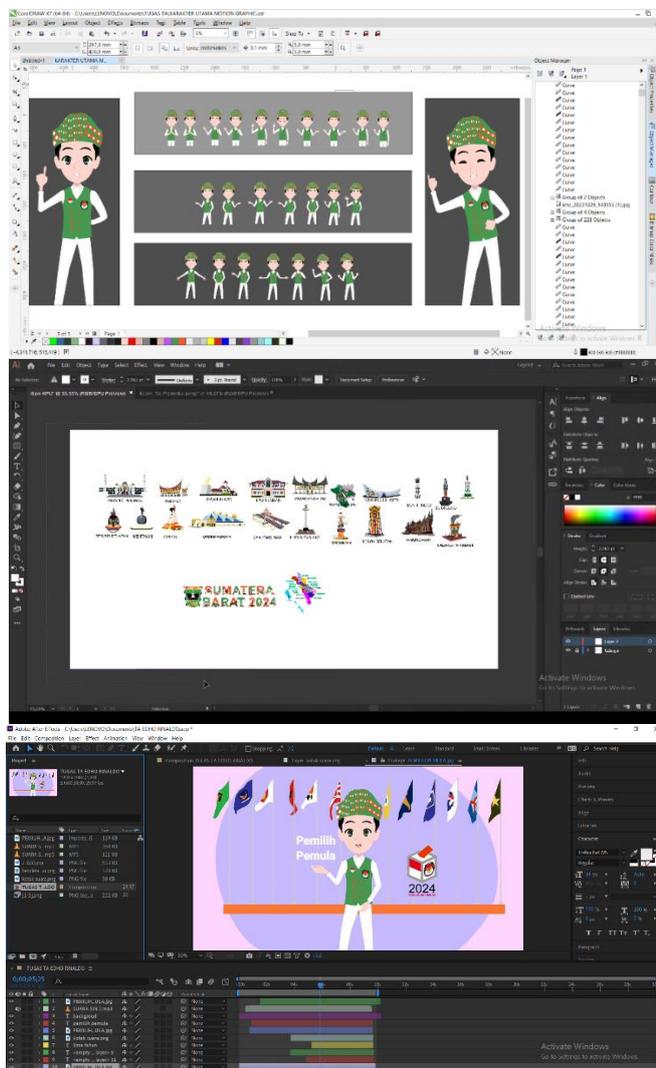
5) Backsound dan sound effect

Peran musik dalam perancangan motion graphic ini bukan hanya sebagai pengiring, tetapi juga sebagai alat untuk mengatur intonasi dan mengekspresikan suasana yang ingin disampaikan dalam motion tersebut. Dengan adanya musik latar, video akan menjadi lebih hidup dan lebih menarik. Dalam perancangan motion graphic ini, efek-efek visual yang digunakan memiliki peran penting. Efek-efek ini menambahkan elemen visual yang menarik, tetapi juga memperkaya pengalaman penonton. Efek dapat digunakan untuk menggambarkan perubahan, transisi, atau konsep dalam motion graphic tersebut. Efek-efek visual ini diciptakan dengan

cermat untuk memberikan pesan yang kuat dan mendalam serta untuk memastikan bahwa video menjadi lebih dinamis dan menarik bagi penonton.

6) Produksi

Tahap ini adalah bagian dari produksi motion graphic yang berfokus pada pembuatan visual dan proses penyuntingan. Dalam tahap produksi ini, ilustrasi dibuat dengan menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Illustrator dan CorelDraw, atau perangkat sejenis. Selain itu, tahap ini melibatkan proses perekaman dubbing untuk mengisi narasi dalam video motion graphic yang berkaitan dengan pemilu KPU provinsi Sumatera Barat.





7) Final Design

Setelah melalui serangkaian perbaikan pada tahap develop, dihasilkan produk rancangan akhir media *Motion Graphic* dan media pendukung yang merupakan media promosi untuk meningkatkan kesadaran pemilih di KPU provinsi Sumatera Barat. Yang di sempurnakan sesuai dengan kebutuhan dan standar yang di inginkan. Tujuan utama adalah agar media ini dapat dengan efektif di sebarakan kepada pemilih pemula, membantu mereka memahami pentingnya pemilu, serta mendorong partisipasi aktif dalam proses demokrasi.

Media Pendukung



Uji Kelayakan Motion

Uji kelayakan *Motion Graphic* Promosi Sadar Pemilu di KPU Provinsi Sumatera Barat merupakan langkah yang diperlukan agar hasil karya ini dapat dioptimalkan dan lebih mudah dipahami. Langkah ini juga bertujuan untuk menilai media tersebut dari segi visual, kemudahan interaksi, serta evaluasi keseluruhan perancangan. Proses ini melibatkan orang yang terdiri dari anggota KPU, siswa SMA atau SMK, mahasiswa, pekerja, dan individu yang termasuk dalam kriteria pemilih pemula dan pemilih muda. Evaluasi dilakukan dengan mempertimbangkan *Motion Graphic* itu sendiri dan melalui penyebaran kuesioner melalui *Google Form*. Dengan melakukan uji kelayakan ini, di berharap dapat memastikan bahwa media yang digunakan efektif dalam menyampaikan informasi, mudah diakses, dan dapat lebih efektif dalam mencapai tujuan kesadaran pemilu yang diinginkan.

1) Fungsi Edukasi

Uji kelayakan edukasi pada perancangan media promosi sadar pemilu di KPU Sumatera Barat yang dirancang ini bertujuan untuk menilai sejauh mana motion grafik promosi ini dapat memberikan edukasi kepada audiens.

Tabel Uji Kelayakan berdasarkan Fungsi Edukasi

No	Target Audiens	Jml	Uji Kelayakan			
			Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang
1.	Siswa SMA/SMK	12	✓✓✓	✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓		
2.	Mahasiswa	5	✓✓✓	✓	✓	
3.	Pekerja Muda	5	✓✓✓	✓✓		
4.	Anggota KPU	2	✓	✓		

2) Fungsi Informatif

Uji kelayakan informatif pada perancangan media promosi Sadar Pemilu di KPU Sumatera Barat bertujuan untuk menilai sejauh mana audiens memahami informasi yang disampaikan melalui *Motion Graphic* ini.

Tabel Uji Kelayakan berdasarkan Fungsi Informatif

No	Target Audiens	Jml	Uji Kelayakan			
			Sangat Memahami	Memahami	Kurang Memahami	Tidak Memahami
1.	Siswa SMA/SMK	12	✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓	✓	
2.	Mahasiswa	5	✓✓✓✓	✓		
3.	Pekerja Muda	5	✓✓	✓✓✓		
4.	Anggota KPU	2	✓	✓		

3) Fungsi Persuasif

Uji kelayakan Persuasif pada perancangan media promosi sadar Pemilu di KPU Sumatera Barat bertujuan untuk menilai sejauh mana video *Motion Graphic* ini mempengaruhi audiens agar terlibat dan ikut serta dalam Pemilu.

Tabel Uji Kelayakan berdasarkan Fungsi Persuasif

No	Target Audiens	Jml	Uji Kelayakan			
			Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang
1.	Siswa SMA/SMK	12	✓✓✓✓	✓✓✓✓ ✓✓✓	✓	✓
2.	Mahasiswa	5	✓✓✓	✓	✓	
3.	Pekerja Muda	5	✓✓✓	✓✓		
4.	Anggota KPU	2	✓	✓		

4) Visual

Uji kelayakan visual pada perancangan media promosi sadar Pemilu di KPU Sumatera Barat bertujuan untuk menilai sejauh mana video *Motion Graphic* telah berhasil menarik perhatian audiens dalam konsep visual.

Berikut adalah tabel Tabel Uji Kelayakan Visual

No	Target Audiens	Jml	Uji Kelayakan			
			Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang
1.	Siswa SMA/SMK	12	✓✓✓✓✓	✓✓✓✓ ✓✓	✓	
2.	Mahasiswa	5	✓✓✓	✓✓	✓	
3.	Pekerja Muda	5	✓✓✓	✓✓		
4.	Anggota KPU	2	✓✓			

Kesimpulan

Dalam rangka meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam Pemilu 2024, KPU Sumatera Barat perlu mengatasi beberapa permasalahan yang ada. Tingkat golput yang tinggi, terutama di kalangan pemilih muda, menjadi perhatian utama. Data BPS mencatat tingkat golput yang signifikan dalam Pemilu 2019, dan dengan jumlah pemilih pemula dan muda yang mencapai 2,474,402 di Sumatera Barat, perlu upaya khusus untuk memotivasi mereka untuk menggunakan hak pilih mereka. Strategi yang diusulkan mencakup penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi efektif, dengan fokus pada platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube. Penyampaian pesan yang relevan dan edukatif, termasuk penggunaan video motion animasi 2D, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pemilih pemula tentang pentingnya partisipasi mereka dalam Pemilu. Selain itu, penting untuk menjaga integritas pemilihan dengan mencegah pengaruh uang atau janji-janji dari calon yang dapat memengaruhi pemilih pemula. Kesadaran akan hak pilih mereka dan dampak besar

yang dimilikinya terhadap masa depan bangsa perlu ditingkatkan. Dengan demikian, KPU Sumatera Barat dapat mengatasi permasalahan ini dan memastikan bahwa pemilih pemula aktif berpartisipasi dalam Pemilu 2024, menjadikan mereka agen perubahan yang berperan dalam menentukan masa depan negara.

Reference/ Rujukan

Putra, M. Edo Pratama. "Perancangan Infografik sebagai media pendukung sosialisasi KPU ke daerah terpencil." *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya* 4.1 (2019).

Badan Pusat Statistik (BPS). Sumber (<https://dataindonesia.id/data-pemilu/detail/data-pemilih-golput-saat-pemilu-turun-drastis-pada-2019>)

Tita Shania(2019) "Pemilu Serentak 2019, Partisipasi Masyarakat Sumbar Meningkatkan". Diakses 03 november 2023. Sumber: (<https://kesbangpol.sumbarprov.go.id/pemilu-serentak-2019-partisipasi-masyarakat-sumbar-meningkat#>)

Ulfa, A 2013, 'PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNIVERSITAS NEGERI PADANG BERBASIS ANIMASI', Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri PADang, Padang