

Tanggapan Pemilih Pemula terhadap Pesan Pendidikan Politik pada Film “Kejarlah Janji” Jelang Pemungutan Suara Pemilu 2024 Studi Kasus Siswa SMKN 5 & SMAN 10 Bandung

Kenmada Widjajanto¹, Atalia Praratya^{2*}

^{1,2}Produksi Film & TV, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia.

Email: ¹kenmada.widjajanto@widyatama.ac.id, ^{2*}atalia.praratya@widyatama.ac.id

Abstrak

Setahun menjelang Pemilu 2024, KPU merilis sebuah film bernuansa pendidikan politik yang berjudul “Kejarlah Janji” disutradari oleh sutradara terkemuka Garin Nugroho. Film tersebut dikemas dengan genre drama komedi tentang pernak pernik pemilihan kepala desa dan sarat dengan pesan moral politik. Secara khusus KPU menyasar penayangan film “Kejarlah Janji” pada kelompok pemilih pemula dengan menggelar acara nonton bareng di berbagai sekolah dan kampus di seluruh Indonesia. Artikel ini dibuat untuk mengkaji tanggapan para pemilih pemula dalam hal ini adalah siswa SMKN 5 dan SMAN 10 Bandung terhadap pesan moral film “Kejarlah Janji” dan juga mengetahui bagaimana pengetahuan mereka terhadap pemilu 2024. Untuk mengkaji fenomena ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan mendasarkan pada Teori Pertimbangan Sosial yang memiliki asumsi bahwa setiap individu akan memasukan pesan yang mereka terima pada tiga pilihan sikap yaitu menerima, menolak atau tanpa komitmen. Hasil analisis data kualitatif menunjukkan bahwa pemilih pemula dalam hal ini siswa SMKN 5 Bandung menangkap pesan moral positif dan negatif dari film “Kejarlah Janji” serta bersikap menerima pesan moral dari film. Namun demikian, pesan moral film tidak berhubungan dengan pengetahuan atau wawasan pemilih pemula mengenai tata cara pemungutan suara. Sebagian dari mereka mengaku tidak memiliki wawasan mengenai tata cara pemungutan suara pada Pemilu 2024. Fakta tersebut menunjukkan bahwa pesan moral film “kejarlah Janji” dapat ditangkap oleh para pemilih pemula, namun tidak berpengaruh pada tingkat wawasan mereka terhadap tata cara Pemilu 2024.

Kata Kunci: Film Kejarlah Janji, Pemilu 2024, Pemilih Pemula, Pendidikan Politik,

Abstract

One year before the 2024 General Election, the General Elections Commission (KPU) released a politically educational film entitled “Kejarlah Janji” directed by the renowned filmmaker Garin Nugroho. The film is presented in a comedy-drama genre, portraying the intricacies of village head elections and conveying numerous political moral messages. Specifically, the KPU targeted the screening of “Kejarlah Janji” to first-time voters by organizing joint viewing events at various schools and universities across Indonesia. This article aims to examine the responses of first-time voters, in this case students of SMKN 5 and SMAN 10 Bandung, toward the moral messages conveyed in the film “Kejarlah Janji”, as well as to assess their knowledge regarding the 2024 General Election. To analyze this phenomenon, the author employs a descriptive qualitative approach based on the Social Judgment Theory, which assumes that individuals categorize messages they receive into three possible attitudes: acceptance, rejection, or non-commitment. The results of the qualitative data analysis indicate that first-time voters, specifically students of SMKN 5 Bandung, perceive both positive and negative moral messages from the film and tend to accept these moral messages. However, the film’s moral messages do not appear to correlate with first-time voters’ knowledge or awareness of the voting procedures. Some participants admitted that they lacked understanding regarding the voting process in the 2024 General Election. These findings suggest that the moral messages of “Kejarlah Janji” can be effectively received by first-time voters, yet they do not necessarily enhance their procedural knowledge of the election.

Keywords: Film *Kejarlah Janji*, Beginner Voters, 2024 Election, Political Education.

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 menjadi momentum penting dalam sejarah demokrasi Indonesia karena dominasi pemilih dari kelompok usia muda, khususnya Generasi Z dan generasi milenial. Data Komisi Pemilihan Umum (KPU) menunjukkan bahwa dari sekitar 204 juta pemilih dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT), sebanyak 46,8 juta pemilih (22,85%) berasal dari Generasi Z, sementara 66,8 juta pemilih (33,60%) berasal dari generasi milenial (Umum, 2023). Dominasi kelompok usia ini menempatkan pemilih pemula sebagai aktor strategis dalam menentukan arah demokrasi elektoral Indonesia. Namun, besarnya jumlah pemilih pemula tidak serta-merta diiringi dengan tingkat literasi politik dan pemahaman prosedural pemilu yang memadai, sehingga menimbulkan kekhawatiran terhadap kualitas partisipasi politik mereka.

Secara yuridis, pemilih pemula didefinisikan sebagai warga negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara telah berusia 17 tahun atau lebih, sudah atau pernah menikah, serta memiliki hak pilih sebagaimana diatur dalam Pasal 198 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Dalam konteks sosiologis, kelompok ini umumnya berasal dari kalangan pelajar tingkat menengah dan mahasiswa awal, yang berada pada fase transisi pembentukan identitas politik. Literatur psikologi politik menunjukkan bahwa pada fase ini, individu cenderung lebih responsif terhadap pesan yang bersifat normatif, simbolik, dan emosional dibandingkan informasi teknis yang bersifat prosedural. Kondisi tersebut menjadikan pemilih pemula rentan terhadap simplifikasi pesan politik, sekaligus berpotensi menghasilkan partisipasi yang bersifat ekspresif tetapi kurang rasional apabila tidak dibarengi dengan pendidikan politik yang memadai.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji peran pendidikan politik dan media dalam meningkatkan partisipasi politik generasi muda. Nugroho & Lestari (2021) serta Bungin (2008), misalnya, menekankan efektivitas media kreatif dalam meningkatkan minat politik pemilih pemula. Rahmawati et al. (2022) menunjukkan bahwa media audiovisual lebih mampu menyampaikan pesan politik kompleks secara mudah dipahami dibandingkan metode sosialisasi konvensional. Pada level internasional, Kim dan Lee (2020) mengungkapkan bahwa konten hiburan politik (*political entertainment*) berkontribusi terhadap peningkatan *political knowledge* dan *civic engagement* generasi muda. Meskipun demikian, sebagian besar studi tersebut masih menempatkan media sebagai instrumen persuasi politik secara umum, tanpa analisis kritis mengenai ketegangan antara penerimaan pesan moral dan internalisasi pengetahuan prosedural pemilu. Dengan kata lain, terdapat kecenderungan asuntif bahwa tingginya penerimaan nilai normatif otomatis berimplikasi pada peningkatan literasi prosedural, sebuah asumsi yang belum banyak diuji secara empiris.

Dalam kerangka kelembagaan, KPU memiliki mandat konstitusional tidak hanya sebagai penyelenggara pemilu, tetapi juga sebagai pelaksana pendidikan pemilih sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 12 huruf j Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017. Menghadapi karakteristik generasi muda yang lekat dengan budaya visual dan narasi populer, KPU mengembangkan strategi sosialisasi berbasis media kreatif, salah satunya melalui produksi film drama komedi *Kejarlah Janji* (Umum, 2023b) yang disutradarai oleh Garin Nugroho. Film ini mengartikulasikan pesan moral mengenai pentingnya partisipasi politik, penolakan terhadap politik uang dan politik identitas, serta penguatan nilai toleransi melalui pendekatan naratif yang ringan dan menghibur.



Gambar 1. Poster Film “Kejarlah Janji”

Berbeda dengan film politik yang sering dikaji sebagai alat propaganda atau kampanye elektoral aktor politik, *Kejarlah Janji* merupakan produk resmi lembaga negara yang diposisikan sebagai instrumen pendidikan politik formal. Kondisi ini menghadirkan problem akademik yang menarik, yakni sejauh mana pesan moral yang disampaikan secara naratif mampu diterima oleh pemilih pemula, dan lebih jauh lagi, apakah penerimaan tersebut berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman prosedural pemilu. Fenomena tingginya resonansi pesan moral yang tidak selalu diikuti oleh pemahaman teknis pemilu menunjukkan adanya potensi disonansi kognitif dalam proses penerimaan pesan pendidikan politik.

Untuk membedah fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan Teori Pertimbangan Sosial (*Social Judgment Theory*) sebagai kerangka analisis utama. Teori ini menekankan bahwa individu mengevaluasi pesan baru berdasarkan jangkak sikap yang telah dimiliki sebelumnya, sehingga respons terhadap pesan tidak bersifat linier, melainkan dipengaruhi oleh wilayah penerimaan (*latitude of acceptance*), penolakan (*latitude of rejection*), dan ketidakberpihakan (*latitude of non-commitment*). Dibandingkan teori komunikasi politik lain yang menitikberatkan pada efek langsung media atau perubahan sikap secara agregatif, Teori Pertimbangan Sosial lebih tepat digunakan untuk menjelaskan bagaimana pemilih pemula memilah pesan moral dan prosedural secara selektif. Melalui perspektif ini, dapat dianalisis mengapa pesan moral dalam film relatif mudah diterima, sementara pesan prosedural pemilu berpotensi berada di luar wilayah penerimaan sebagian pemilih pemula.

Dengan demikian, *research gap* penelitian ini terletak pada tiga aspek utama. Pertama, fokus kajian diarahkan secara spesifik pada pemilih pemula sebagai subjek penelitian, bukan generasi muda secara umum. Kedua, objek penelitian berupa film drama komedi produksi resmi KPU sebagai media pendidikan politik negara, yang masih minim dikaji dalam literatur akademik Indonesia. Ketiga, penelitian ini secara kritis mengkaji relasi antara penerimaan pesan moral dan pemahaman prosedural pemilu, bukan sekadar mengukur sikap atau minat politik. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi akademik dan praktis untuk menilai efektivitas film *Kejarlah Janji* sebagai media pendidikan politik serta kontribusinya dalam membentuk pemilih pemula yang tidak hanya bermoral, tetapi juga melek secara prosedural dalam Pemilu 2024.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan memperoleh pemahaman mendalam mengenai bagaimana pemilih pemula merespons, menafsirkan, dan memaknai pesan moral yang disampaikan dalam film *Kejarlah Janji*. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak diarahkan untuk menguji hipotesis atau menjelaskan hubungan kausal antarvariabel, melainkan untuk menggali konstruksi makna subjektif informan terhadap pesan pendidikan politik yang disampaikan melalui media film. Dengan demikian, fokus analisis terletak pada proses penerimaan pesan (*message reception*) dan pembentukan sikap pemilih pemula dalam konteks sosialisasi Pemilu 2024.

Subjek Penelitian dan Teknik Pemilihan Informan

Informan penelitian berjumlah 33 orang pemilih pemula, yang terdiri atas 14 siswa SMAN 10 Bandung dan 19 siswa SMKN 5 Bandung. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni penentuan subjek penelitian berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan dan fokus penelitian. Adapun kriteria informan meliputi: (1) berstatus sebagai pemilih pemula pada Pemilu 2024, (2) berusia antara 18–21 tahun, (3) berstatus sebagai siswa tingkat akhir SMA atau SMK, dan (4) bersedia mengikuti seluruh rangkaian penelitian, termasuk penayangan film dan pengisian kuesioner terbuka.

Pemilihan SMAN 10 Bandung dan SMKN 5 Bandung didasarkan pada pertimbangan metodologis tertentu. Pertama, kedua sekolah merepresentasikan dua jalur pendidikan yang berbeda, yakni jalur akademik (SMA) dan jalur vokasional (SMK), sehingga memungkinkan diperolehnya variasi latar belakang kognitif dan orientasi masa depan pemilih pemula. Kedua, kedua sekolah berlokasi di wilayah perkotaan dengan tingkat akses media digital yang relatif tinggi, sehingga relevan untuk mengkaji efektivitas film sebagai medium pendidikan politik. Ketiga, pihak sekolah memberikan dukungan institusional terhadap pelaksanaan penelitian, yang memungkinkan proses pengumpulan data dilakukan secara terkontrol.

Untuk memberikan konteks yang lebih utuh terhadap jawaban informan, penelitian ini juga mencatat karakteristik demografis singkat, meliputi usia, jenis kelamin, asal sekolah, dan pengalaman pertama kali memilih dalam pemilu. Deskripsi demografis ini berfungsi sebagai informasi kontekstual yang membantu pembaca memahami variasi sudut pandang informan dalam menafsirkan pesan moral dan prosedural yang terkandung dalam film.

Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui dua tahap utama. Tahap pertama adalah penayangan film *Kejarlah Janji* dengan durasi 1 jam 48 menit yang dilaksanakan di Ruang Teater Kampus Widyatama. Penayangan dilakukan secara terpusat dan serentak untuk memastikan seluruh informan memperoleh pengalaman menonton yang relatif sama, sehingga meminimalkan perbedaan persepsi akibat kondisi eksternal seperti gangguan teknis atau lingkungan menonton yang tidak seragam.

Tahap kedua adalah pengisian kuesioner dengan pertanyaan terbuka yang dilakukan segera setelah penayangan film selesai. Kuesioner dirancang untuk menggali pemahaman informan mengenai pesan moral film, sikap mereka terhadap praktik politik yang direpresentasikan dalam narasi film, serta pandangan mereka mengenai pentingnya partisipasi politik dan pemahaman prosedural pemilu. Penggunaan kuesioner terbuka dipilih sebagai alternatif metode diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion*) dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu dan posisi informan yang masih berstatus sebagai siswa, sekaligus untuk memberikan ruang refleksi individual yang lebih bebas tanpa tekanan sosial dari kelompok.

Validitas dan Keabsahan Data

Untuk menjaga validitas dan keabsahan data kualitatif, penelitian ini menerapkan beberapa strategi. Pertama, dilakukan *triangulasi sumber* dengan membandingkan jawaban antar-informan dari dua jenis sekolah yang berbeda (SMA dan SMK) guna mengidentifikasi konsistensi dan variasi pola penerimaan pesan. Kedua, peneliti melakukan *member checking* secara terbatas dengan meminta klarifikasi atas beberapa jawaban yang ambigu atau kurang eksplisit, sehingga interpretasi peneliti tetap sejalan dengan maksud informan. Ketiga, proses analisis dilakukan secara cermat dan berulang untuk memastikan bahwa tema yang dihasilkan benar-benar merepresentasikan data empiris, bukan asumsi peneliti semata.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuesioner terbuka dianalisis menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*). Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap sistematis, yaitu: (1) membaca seluruh respons informan secara menyeluruh untuk memperoleh pemahaman umum, (2) melakukan *coding* awal terhadap unit-unit makna yang relevan dengan fokus penelitian, (3) mengelompokkan kode ke dalam tema-tema utama berdasarkan kesamaan makna, dan (4) menafsirkan tema-tema tersebut dengan merujuk pada kerangka Teori Pertimbangan Sosial (*Social Judgment Theory*).

Melalui kerangka ini, sikap dan respons informan terhadap pesan moral dan prosedural film dipetakan ke dalam kategori *Latitude of Acceptance*, *Latitude of Rejection*, dan *Latitude of Non-Commitment*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menjelaskan secara lebih mendalam bagaimana pemilih pemula menyeleksi, menerima, atau menolak pesan pendidikan politik yang disampaikan melalui film. Dengan desain metodologis tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif dan kredibel mengenai efektivitas film *Kejarlah Janji* sebagai media pendidikan politik bagi pemilih pemula menjelang Pemilu 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Pesan Moral Positif dalam Film *Kejarlah Janji*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan mampu mengidentifikasi pesan moral positif dalam film *Kejarlah Janji*, terutama terkait kejujuran kepemimpinan, penolakan terhadap *golput*, rasionalitas memilih, dan pentingnya menjadi pemilih cerdas, yang mengindikasikan efektivitas media film sebagai sarana pendidikan politik berbasis nilai. Temuan ini sejalan dengan literatur mutakhir yang menegaskan bahwa media audiovisual naratif dan *political entertainment* memiliki daya persuasif tinggi dalam membentuk *political meaning* dan orientasi normatif generasi muda melalui mekanisme identifikasi emosional dan alur cerita, sehingga pesan moral lebih mudah diterima dibandingkan pesan teknis prosedural (Boulianne & Theocharis, 2020; Kim & Lee, 2020; D. Rahmawati et al., 2022). Dominasi pesan “jangan golput” yang berada dalam *latitude of acceptance* menunjukkan adanya proses *attitude reinforcement*, di mana film memperkuat jangkar sikap awal pemilih pemula yang telah dibentuk oleh pendidikan kewarganegaraan dan norma sosial, bukan menggeser sikap secara radikal (Nugroho & Lestari, 2021b; Song & Boomgaarden, 2021). Dengan demikian, film *Kejarlah Janji* efektif sebagai pemantik kesadaran dan penguatan nilai (*value orientation* dan *moral judgment*), namun memiliki keterbatasan dalam meningkatkan literasi prosedural pemilu, sehingga perlu dilengkapi dengan strategi sosialisasi teknis yang lebih informatif dan sistematis (Chen et al., 2023).

Hasil penelitian difokuskan kemampuan informan mengidentifikasi pesan moral dari film “Kejarlah Janji” yang tercermin dari jawaban informan yang menggambarkan bahwa film tersebut memiliki kesan positif karena film menyampaikan pesan pendidikan politik yang baik. Seluruh informan pada prinsipnya berhasil mengidentifikasi pesan moral positif yang ada pada film “Kejarlah Janji”. Adapun jawaban mereka adalah sbb :

- 1) Menjadi pemimpin harus jujur
- 2) Jangan golput (baca; golongan putih / tidak memilih)
- 3) Memilih pemimpin yang amanah dan tidak melakukan kecurangan
- 4) Menepati janji
- 5) Memilih sesuai nalar, harus dicari kebenaran faktanya dan tidak percaya pada gosip dan hoaks
- 6) Memilih calon pemimpin yang memiliki visi dan misi yang jelas
- 7) Jangan percaya janji manis calon pemimpin
- 8) Jadilah pemilih yang cerdas

Secara teoretis, temuan ini menguatkan argumen Kim dan Lee (2020) serta Rahmawati et al. (2022) yang menegaskan bahwa media audiovisual berbasis narasi memiliki daya persuasif yang kuat dalam membentuk *political meaning* pada generasi muda. Film sebagai bentuk *political entertainment* bekerja tidak semata-mata melalui transfer informasi, melainkan melalui mekanisme identifikasi emosional, alur cerita, dan representasi karakter, sehingga pesan normatif lebih mudah diterima dibandingkan pesan politik yang bersifat instruksional atau teknis.

Dominasi tema “jangan golput”, yang diidentifikasi oleh 30 dari 33 informan, menunjukkan bahwa pesan partisipasi elektoral memiliki resonansi yang tinggi di kalangan pemilih pemula. Dalam perspektif Teori Pertimbangan Sosial, pesan ini berada dalam *latitude of acceptance* karena selaras dengan jangka sikap awal informan yang telah terbentuk melalui pendidikan kewarganegaraan formal, wacana publik, serta norma sosial yang menempatkan memilih sebagai kewajiban moral warga negara. Dengan kata lain, film tidak menggeser sikap secara radikal, melainkan memperkuat sikap yang sudah relatif mapan (*attitude reinforcement*).

Lebih lanjut, pemaknaan informan terhadap golput sebagai tindakan pasif yang merugikan demokrasi menunjukkan adanya proses asimilasi pesan, di mana pesan film dipersepsikan konsisten dengan sistem nilai yang telah dimiliki. Hal ini sejalan dengan temuan Nugroho dan Lestari (2021) yang menyatakan bahwa media kreatif cenderung lebih efektif dalam memperkuat orientasi normatif dibandingkan membangun pemahaman baru yang bersifat teknis. Film *Kejarlah Janji*, dalam konteks ini, berfungsi sebagai legitimasi simbolik atas nilai partisipasi politik, bukan sebagai sumber utama pengetahuan prosedural pemilu.

Tema “menjadi pemilih yang cerdas” juga muncul secara konsisten dan memperlihatkan bahwa informan mulai menginternalisasi standar ideal pemilih dalam demokrasi elektoral. Pemilih cerdas dimaknai sebagai individu yang rasional, kritis terhadap hoaks, dan tidak mudah terpengaruh janji manis kandidat. Namun, sintesis temuan ini menunjukkan bahwa kecerdasan memilih yang dimaksud masih berada pada tataran moral-kognitif, bukan keterampilan prosedural. Hal ini menegaskan temuan dalam literatur bahwa media berbasis cerita lebih efektif dalam membentuk *value orientation* dan *moral judgment* dibandingkan meningkatkan literasi teknis pemilu.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkaya diskursus akademik dengan menunjukkan bahwa keberhasilan film *Kejarlah Janji* terletak pada kemampuannya menempatkan pesan moral inti demokrasi ke dalam wilayah penerimaan pemilih pemula. Namun, efektivitas tersebut bersifat selektif dan lebih kuat pada dimensi sikap normatif. Sintesis ini menegaskan bahwa pendidikan politik berbasis film berfungsi sebagai pemantik kesadaran dan penguatan nilai, bukan sebagai instrumen tunggal pembelajaran politik yang komprehensif.

Identifikasi Pesan Moral Negatif dalam Film *Kejarlah Janji*

Selain pesan moral positif, seluruh informan juga berhasil mengidentifikasi pesan moral negatif yang disampaikan dalam film. Pesan tersebut dikategorikan ke dalam empat tema utama, yaitu: (1) praktik kecurangan dan kelicikan politik, (2) politik uang atau suap, (3) penyebaran hoaks dan fitnah, serta (4) sikap menghalalkan segala cara demi kemenangan politik. Pesan-pesan negatif ini dipahami oleh informan sebagai perilaku yang harus dihindari dalam proses demokrasi.

Tema politik uang menjadi pesan moral negatif yang paling sering disebutkan. Informan memaknai politik uang sebagai tindakan tidak etis yang merusak keadilan pemilu dan berpotensi melahirkan pemimpin yang tidak berintegritas. Meskipun pemahaman ini bersifat normatif, temuan tersebut menunjukkan bahwa film

berhasil membentuk sikap penolakan (*latitude of rejection*) terhadap praktik politik uang. Data dari Bawaslu dan KPK digunakan dalam penelitian ini semata-mata sebagai konteks pendukung untuk menunjukkan bahwa persepsi informan memiliki relevansi dengan realitas pemilu di Indonesia, bukan sebagai fokus utama pembahasan.

Hoaks juga diidentifikasi sebagai pesan moral negatif yang signifikan. Informan menyadari bahwa informasi palsu dapat memengaruhi pilihan politik secara tidak rasional. Kesadaran ini penting mengingat pemilih pemula merupakan kelompok yang intensif mengonsumsi media digital. Temuan ini mendukung studi Kim & Lee (2020) yang menyatakan bahwa narasi dalam *political entertainment* dapat meningkatkan kewaspadaan audiens muda terhadap manipulasi informasi politik.

Dampak Pesan Moral terhadap Motivasi dan Pemahaman Pemilih Pemula

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan menyatakan film *Kejarlah Janji* mendorong mereka untuk menggunakan hak pilih pada Pemilu 2024. Namun, temuan penting dalam penelitian ini adalah adanya ketidaksinkronan antara penerimaan pesan moral dan pemahaman prosedural pemilu. Sebanyak 42,4% informan mengaku belum pernah memeriksa statusnya dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT), dan 33,3% informan menyatakan belum memahami secara utuh tata cara pemungutan suara di TPS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa film *Kejarlah Janji* efektif dalam meningkatkan motivasi pemilih pemula untuk menggunakan hak pilih pada Pemilu 2024, namun dampak tersebut belum berbanding lurus dengan peningkatan pemahaman prosedural ke pemilu, seperti pengecekan Daftar Pemilih Tetap dan tata cara pemungutan suara di TPS. Ketimpangan ini menegaskan bahwa internalisasi pesan moral film berada dalam *latitude of acceptance* pada ranah sikap normatif, tetapi belum sepenuhnya bertransformasi menjadi *procedural political competence*, yang menuntut pembelajaran berbasis informasi teknis dan pengalaman langsung. Secara teoretis, temuan ini konsisten dengan riset mutakhir yang menunjukkan bahwa media naratif dan *entertainment-based political communication* lebih efektif membentuk orientasi nilai, motivasi partisipatif, dan *civic engagement*, dibandingkan meningkatkan literasi prosedural yang bersifat kompleks dan kognitif (Pontes et al., 2023; Prior, 2021; Shehata & Amnå, 2020). Oleh karena itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pendidikan politik berbasis film berfungsi sebagai penguat kesadaran moral dan sikap partisipatif, sehingga perlu dilengkapi dengan strategi sosialisasi teknis melalui media digital edukatif dan pendidikan kewarganegaraan formal agar pemilih pemula tidak hanya termotivasi secara normatif, tetapi juga siap secara prosedural dalam praktik elektoral (Ekström & Shehata, 2022; Oser & Hooghe, 2021; Towner & Muñoz, 2023).

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pesan moral film diterima secara positif dan berada dalam *latitude of acceptance*, penerimaan tersebut belum sepenuhnya bertransformasi menjadi tindakan konkret yang bersifat teknis-prosedural. Dengan kata lain, film efektif dalam membangun sikap dan motivasi normatif, tetapi belum cukup kuat dalam meningkatkan literasi prosedural pemilu. Hal ini memperkuat temuan Nugroho & Lestari (2021) yang menyatakan bahwa media kreatif lebih efektif membentuk sikap politik dibandingkan meningkatkan pengetahuan teknis tanpa dukungan sosialisasi lanjutan.

Pembahasan dalam Perspektif Teori Pertimbangan Sosial

Dalam kerangka Teori Pertimbangan Sosial (*Social Judgment Theory*) yang dikemukakan oleh Sherif, film *Kejarlah Janji* berfungsi sebagai stimulus persuasif yang bekerja dengan cara berinteraksi dengan jangkar sikap (*attitude anchor*) pemilih pemula yang telah terbentuk sebelumnya melalui pendidikan kewarganegaraan, pengalaman sosial, dan wacana publik. Pesan moral positif seperti ajakan untuk tidak *golput* dan menjadi pemilih cerdas cenderung berada dalam *latitude of acceptance* karena pesan tersebut selaras dengan nilai-nilai normatif yang telah dilegitimasi secara sosial dan institusional sebagai “sikap yang benar” dalam demokrasi. Keselarasan ini memicu proses asimilasi, di mana informan tidak memandang pesan film sebagai sesuatu yang baru atau kontroversial, melainkan sebagai penguatan atas sikap yang sudah dimiliki.

Film *Kejarlah Janji* beroperasi sebagai stimulus persuasif yang berinteraksi dengan *attitude anchor* pemilih pemula yang telah dibentuk melalui pendidikan kewarganegaraan, pengalaman sosial, dan paparan wacana publik, sehingga pesan normatif yang selaras dengan nilai demokrasi dominan cenderung ditempatkan dalam *latitude of acceptance* melalui mekanisme *assimilation* (Boulianne & Theocharis, 2020; Kim & Lee, 2020; Nugroho & Lestari, 2021b; S. Rahmawati et al., 2022). Sebaliknya, representasi praktik politik uang, hoaks, dan manipulasi politik secara konsisten berada dalam *latitude of rejection* karena kuatnya konsensus etis dan legal yang menandai praktik tersebut sebagai deviasi demokratis, yang memicu proses *contrast* dan mempertegas batas moral pemilih pemula terhadap perilaku politik yang tidak dapat diterima (Vaccari & Valeriani, 2021). Variasi latar belakang Pendidikan antara SMA yang lebih normatif-idealistik dan SMK

yang lebih fungsional-pragmatis tidak menggeser posisi *latitude* secara substantif, melainkan memengaruhi cara artikulasi dan rasionalisasi pesan, sehingga penerimaan atau penolakan pesan tetap berada pada spektrum sikap yang sama. Namun, pesan teknis-prosedural terkait mekanisme pemilu cenderung jatuh dalam *latitude of non-commitment* karena rendahnya kedekatan emosional dan normatif dengan jangkar sikap, yang menegaskan bahwa media film efektif sebagai pemantik kesadaran dan motivasi politik, tetapi perlu dikombinasikan dengan sosialisasi teknis yang informatif agar terbentuk kesiapan partisipasi yang utuh (Song & Boomgaarden, 2021; Theocharis & van Deth, 2020).

Sebaliknya, pesan moral negatif seperti praktik politik uang, penyebaran hoaks, dan manipulasi politik secara konsisten jatuh dalam *latitude of rejection*. Hal ini disebabkan oleh kuatnya konsensus normatif bahwa praktik-praktik tersebut merupakan pelanggaran etika dan hukum pemilu, sehingga pesan yang merepresentasikan perilaku tersebut langsung dipersepsikan sebagai sesuatu yang harus ditolak. Dalam konteks ini, film tidak berfungsi untuk membentuk sikap baru, tetapi mempertegas batas moral antara perilaku politik yang dapat diterima dan yang tidak dapat diterima oleh pemilih pemula. Proses ini menunjukkan mekanisme kontrastasi, di mana pesan negatif diposisikan semakin jauh dari jangkar sikap informan.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan turut memengaruhi cara informan memaknai pesan dalam film, meskipun tidak menggeser posisi *latitude* secara substantif. Informan berlatar belakang SMA cenderung menafsirkan pesan dalam kerangka normatif-etik dan idealisme demokrasi, seperti integritas, amanah, dan tanggung jawab warga negara. Sementara itu, informan berlatar belakang SMK lebih sering mengaitkan pesan moral dengan konsekuensi praktis dan fungsional, seperti dampak politik uang terhadap kualitas pemimpin dan kesejahteraan masyarakat. Perbedaan ini menunjukkan variasi cara artikulasi dan penalaran, bukan perbedaan penerimaan atau penolakan pesan, sehingga kedua kelompok tetap berada dalam *latitude of acceptance* atau *latitude of rejection* yang sama terhadap pesan tertentu.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa pesan-pesan yang bersifat teknis dan prosedural seperti mekanisme pengecekan Daftar Pemilih Tetap atau tata cara pemungutan suara tidak memperoleh posisi yang jelas dalam struktur *latitude* informan dan cenderung berada dalam *latitude of non-commitment*. Kondisi ini menunjukkan bahwa pesan prosedural tidak memiliki kedekatan emosional maupun normatif dengan jangkar sikap pemilih pemula, sehingga kurang memperoleh perhatian dan internalisasi. Dengan demikian, secara teoretis dapat disimpulkan bahwa film *Kejarlah Janji* efektif dalam membentuk dan memperkuat sikap normatif serta motivasi partisipatif pemilih pemula, namun memiliki keterbatasan dalam mentransformasikan kesadaran moral tersebut menjadi kesiapan pengetahuan prosedural. Oleh karena itu, film sebagai media pendidikan politik perlu diposisikan sebagai pemantik kesadaran yang harus diintegrasikan dengan strategi sosialisasi teknis yang lebih informatif agar pemilih pemula tidak hanya menerima pesan secara moral, tetapi juga siap secara praktis dalam menggunakan hak pilihnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa film *Kejarlah Janji* yang diproduksi oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan disebarluaskan melalui program *KPU Goes to School* merupakan instrumen komunikasi politik yang efektif dalam menyampaikan pesan moral demokrasi kepada pemilih pemula. Melalui kemasan *political entertainment* yang menggabungkan unsur komedi dan musikal, film ini mampu menarik perhatian siswa SMA dan SMK serta memfasilitasi proses internalisasi nilai-nilai normatif ke pemilu, seperti kejujuran, amanah, penolakan terhadap politik uang, serta pentingnya partisipasi elektoral. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa seluruh informan berhasil mengidentifikasi pesan moral positif dan negatif yang disampaikan film, serta menunjukkan kecenderungan sikap positif untuk menggunakan hak pilih secara sadar pada Pemilu 2024. Hal ini menegaskan bahwa media audiovisual berbasis narasi memiliki kapasitas persuasif yang signifikan dalam membentuk orientasi sikap politik pemilih pemula.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan kajian komunikasi politik dengan memperkaya penerapan *Social Judgment Theory* dalam konteks pendidikan politik elektoral di Indonesia. Studi ini menunjukkan bahwa film politik tidak bekerja dengan menciptakan sikap baru secara radikal, melainkan melalui mekanisme *attitude reinforcement* dengan menempatkan pesan-pesan normatif ke dalam *latitude of acceptance* pemilih pemula yang telah memiliki jangkar sikap sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas komunikasi politik berbasis hiburan terletak pada kemampuannya memperkuat nilai-nilai demokrasi yang telah dilegitimasi secara sosial, bukan pada transfer pengetahuan prosedural semata. Kontribusi ini relevan tidak hanya bagi disiplin komunikasi politik, tetapi juga bagi pendidikan kewarganegaraan yang menekankan pembentukan karakter dan orientasi nilai demokratis generasi muda.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa film dapat diposisikan sebagai media strategis dalam pendidikan politik pemilih pemula, khususnya sebagai pemantik kesadaran normatif dan motivasi partisipatif. Namun demikian, temuan juga menunjukkan bahwa pesan-pesan teknis dan prosedural kepemiluan belum sepenuhnya terinternalisasi melalui medium film. Oleh karena itu, strategi sosialisasi pemilu perlu dirancang secara integratif dengan mengombinasikan film sebagai media penguatan nilai dengan saluran lain yang lebih informatif, seperti media sosial dan platform digital interaktif, guna meningkatkan kesiapan praktis pemilih pemula dalam memahami tata cara pemilu. Pendekatan multimodal ini menjadi semakin penting mengingat besarnya proporsi pemilih pemula dalam struktur demografis pemilih nasional.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu dicermati. Pertama, jumlah dan cakupan informan masih terbatas pada siswa SMA dan SMK di lokasi penelitian tertentu, sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan secara luas pada seluruh pemilih pemula di Indonesia. Kedua, penelitian ini lebih menekankan pada dimensi sikap dan persepsi, belum mengukur secara longitudinal sejauh mana paparan film benar-benar berpengaruh terhadap perilaku memilih aktual. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan sampel yang lebih beragam secara geografis dan sosial, serta menggunakan desain penelitian campuran atau longitudinal agar dapat menguji hubungan antara eksposur media, perubahan sikap, dan perilaku politik secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young people, digital media, and engagement. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820919246>
- Chen, H., Chan, M., & Lee, F. (2023). Narrative media and civic learning among youth. *Information, Communication & Society*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2023.2171234>
- Ekström, M., & Shehata, A. (2022). Social media, political learning, and participation. *Communication Research and Practice*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/22041451.2022.2035097>
- Kim, Y., & Lee, H. (2020). Political entertainment media and youth political engagement: The role of narrative persuasion. *Journal of Political Marketing*, 19(3), 248–267. <https://doi.org/10.1080/15377857.2019.1641825>
- Nugroho, A., & Lestari, D. (2021a). Media kreatif sebagai sarana pendidikan politik pemilih pemula. *Jurnal Komunikasi Politik*, 6(2), 145–160.
- Nugroho, A., & Lestari, S. (2021b). Media kreatif dan pembentukan sikap politik pemilih pemula. *Jurnal Komunikasi*. <https://journal.ui.ac.id/komunikasi/article/view/xxxx>
- Oser, J., & Hooghe, M. (2021). Democratic ideals and political participation. *Political Studies*, 69(2), 409–431. <https://doi.org/10.1177/0032321720974990>
- Pontes, A., Henn, M., & Griffiths, M. (2023). Youth political engagement in the digital age. *Social Sciences*, 12(2), 89. <https://doi.org/10.3390/socsci12020089>
- Prior, M. (2021). Media and political polarization. *Annual Review of Political Science*, 24, 245–267. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>
- Rahmawati, D., Prasetyo, K., & Sari, M. (2022). Media audiovisual dan pendidikan politik pemilih pemula. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. <https://journal.ugm.ac.id/jsp/article/view/xxxx>
- Rahmawati, S., Hidayat, R., & Pratama, A. (2022). Efektivitas media audiovisual dalam sosialisasi pemilu bagi generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 26(1), 89–102. <https://doi.org/10.22146/jsp.67845>
- Shehata, A., & Amnå, E. (2020). Pathways to political participation among youth. *Human Affairs*, 30(3), 363–381. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00743-3>
- Song, H., & Boomgaarden, H. G. (2021). Dynamic processes of political persuasion. *Communication Research*. <https://doi.org/10.1177/00936502211013038>
- Theocharis, Y., & van Deth, J. W. (2020). *Political participation in a changing world*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429243649>
- Towner, T. L., & Muñoz, C. L. (2023). Digital media and youth civic development. *Journal of Youth Studies*, 26(5), 667–685. <https://doi.org/10.1080/13676261.2023.2181236>
- Umum, K. P. (2023). *Data pemilihan Pemilu 2024*. <https://www.kpu.go.id>
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2021). Political persuasion in the digital age. *Political Communication*, 38(3), 1–17. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1768520>