# Pengembangan Strategi Komunikasi Digital Melalui Pengelolaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Engagement dan Literasi Kepemiluan Masyarakat di Humas KPU Provinsi Jawa Timur

**[1]Muhammad Brillian Irsyad, [2]Mochamad Ari Saputra, [3]Rohmatina Ulya, [4]Nadia Jihan Kamila Ays Fadhila**

**Universitas Negeri Surabaya**

[1]24041184293@mhs.unesa.ac.id, [2]23041184233@mhs.unesa.ac.id,

[3]24041184073@mhs.unesa.ac.id, [4]23041184497@mhs.unesa.ac.id

**Abstrak:** Penelitian ini membahas pengembangan strategi komunikasi digital melalui pengelolaan media sosial oleh Humas KPU Provinsi Jawa Timur untuk meningkatkan *engagement* dan literasi kepemiluan masyarakat. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap aktivitas media sosial KPU Jawa Timur. Analisis mengacu pada *Circular Model of SOME* yang meliputi *Share, Optimize, Manage,* dan *Engage*. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa media sosial berpotensi menjadi sarana edukasi kepemiluan sekaligus ruang interaksi antara KPU dan masyarakat. Optimalisasi dapat dilakukan melalui penyajian konten yang kreatif, penggunaan bahasa sederhana, pemantauan respons audiens, serta pemberian jawaban yang cepat dan akurat. Interaksi yang dibangun juga perlu mendorong masyarakat untuk memahami informasi, memeriksa kebenarannya, dan mengenali disinformasi. Dengan demikian, strategi komunikasi digital perlu berorientasi pada kualitas keterlibatan masyarakat, bukan sekadar jumlah interaksi, agar mendukung literasi kepemiluan yang lebih baik.

**Kata kunci:** Komunikasi digital, Humas KPU Jawa Timur, *Circular Model of SOME*, *Engagement* media sosial, Literasi kepemiluan.

***Abstract:*** *This study examines the development of digital communication strategies through social media management by the Public Relations Division of the East Java Provincial General Elections Commission (KPU) to improve public engagement and electoral literacy. It employs a descriptive qualitative method with a case study approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation of KPU East Java's social media activities. The analysis applies Luttrell's Circular Model of SOME, which consists of Share,*

*Optimize, Manage, and Engage. The findings indicate that social media can serve as both an electoral education tool and an interactive space between KPU and the public. Improvement*

*efforts include creating engaging content, using accessible language, monitoring audience responses, and providing timely and accurate answers. Meaningful engagement should also encourage the public to understand electoral information, verify its accuracy, and recognize disinformation. Therefore, digital communication strategies should prioritize the quality of public engagement rather.*

***Keywords:*** *Digital communication, East Java KPU Public Relations, Circular Model of SOME, Social media engagement, Electoral literacy.*

## PENDAHULUAN

Dinamika kehidupan bernegara di era kontemporer ditandai oleh pergeseran fundamental yang dimotori oleh gelombang transformasi digital. Perubahan ini tidak sekadar mengubah cara individu berinteraksi secara sosial, melainkan merombak total lanskap komunikasi politik, relasi kuasa antara negara dan warga negara, serta tata kelola pemerintahan publik. Di tengah arus disrupsi informasi dalam penyampaian komunikasi, penyelenggaraan pemilihan umum (pemilu) sebagai instrumen utama dalam pergantian kekuasaan demokratis menghadapi tantangan sosiologis dan komunikatif yang belum pernah terjadi sebelumnya. Komisi Pemilihan Umum (KPU), sebagai lembaga mandiri yang diamanatkan oleh Konstitusi untuk menyelenggarakan pemilu yang Luber dan Jurdil, kini dihadapkan pada sebuah mandat ganda: di satu sisi harus memastikan aspek teknis prosedural kepemiluan berjalan lancar, dan di sisi lain harus mampu bertindak sebagai komunikator publik yang efektif guna merawat nalar kritis serta partisipasi yang berdampak dari masyarakat.

Dalam konteks kelembagaan publik, KPU Provinsi Jawa Timur memegang peranan yang sangat strategis sekaligus kompleks. Sebagai wilayah administratif dengan jumlah pemilih terbesar kedua di Indonesia yang tersebar secara geografis di 38 kabupaten/kota mulai dari kawasan perkotaan yang hiper konektif hingga wilayah kepulauan dan pedesaan dengan karakteristik sosial kultural yang sangat heterogen KPU Provinsi Jawa Timur tidak bisa lagi mengandalkan metode konvensional atau sosialisasi satu arah yang bersifat seremonial dan tanpa adanya timbal balik dari masyarakat. Ruang-ruang publik fisik kini telah bergeser dan bertransformasi ke dalam ruang siber melalui pemanfaatan media sosial. Platform digital seperti Instagram, X (Twitter), TikTok, YouTube, hingga Facebook telah

menjadi arena pertarungan diskursus, sirkulasi informasi, sekaligus medan pertempuran perebutan atensi publik.

Kendati demikian, fenomena empiris yang kerap ditemukan dalam praktik pengelolaan media sosial oleh lembaga-lembaga pemerintahan, termasuk institusi penyelenggara pemilu, menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan infrastruktur digital dengan efektivitas substansial komunikasi itu sendiri. Pengelolaan media sosial KPU seringkali terjebak pada apa yang disebut sebagai birokratisasi digital. Dalam pola ini, media sosial diperlakukan sekadar sebagai papan pengumuman elektronik tempat di mana infografis kebijakan, peraturan perundang-undangan, dan tahapan pemilu diunggah secara kaku, normatif, serta minim ruang interpretasi kreatif. Akibat dari pola komunikasi yang monologik dan administratif ini adalah rendahnya keterlibatan mental dan kognitif dari publik, yang terefleksikan dari rendahnya tingkat keterlibatan seperti minimnya percakapan yang bermakna di kolom komentar, rendahnya diskusi kritis, atau sekadar menjadi lalu lintas informasi yang lewat begitu saja tanpa meninggalkan bekas kesadaran politik masyarakat.

Rendahnya keterlibatan masyarakat di dalam ruang digital ini berimplikasi langsung pada masalah yang jauh lebih substansial, yaitu rendahnya tingkat literasi kepemiluan di tengah masyarakat. Literasi kepemiluan bukanlah sekadar pemahaman teknis prosedural tentang hari pencoblosan atau bagaimana cara melipat surat suara. Lebih dari itu, literasi kepemiluan merupakan seperangkat kapasitas kognitif, kritis, dan moral yang memungkinkan seseorang untuk memahami filosofi demokrasi, mengenali integritas kandidat, menolak praktik politik uang, serta memiliki ketahanan mental terhadap ancaman disinformasi, hoaks, dan polarisasi berbasis identitas yang kerap masih beredar di media sosial menjelang maupun pasca pemilu. Ketika media sosial KPU gagal memantik dialog dua arah yang partisipatif, maka literasi kepemiluan pun gagal terinternalisasi, sehingga pemilu berisiko direduksi hanya menjadi ritual pencoblosan lima tahunan yang kehilangan substansi kedaulatan rakyatnya.

Oleh karena itu, kegagalan institusi publik dalam membangun *engagement* di media sosial sering kali bersumber dari ketidakmampuan komunikator dalam menjembatani jarak kultural dan psikologis dengan audiensnya khususnya generasi muda yang mendominasi demografi pemilih saat ini. Komunikasi publik KPU Provinsi Jawa Timur dituntut untuk bertransformasi dari sekadar menyampaikan pesan informatif menjadi membangun diskusi

yang humanis, inklusif, adaptif terhadap bahasa kultur lokal, serta mampu memicu keterlibatan emosional dan kognitif.

Pendekatan kualitatif dipilih dalam penelitian ini karena hakikat dari permasalahan yang dikaji menyangkut proses sosial yang mendalam, konstruksi makna, serta strategi humanis di balik layar birokrasi. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam bagaimana tim pengelola media sosial (humas/divisi sosialisasi) KPU Provinsi Jawa Timur merumuskan strategi pesan, bagaimana mereka merespons dinamika algoritma media sosial, hambatan-hambatan sosiologis maupun kultural apa saja yang dihadapi di lapangan, serta bagaimana strategi komunikasi digital tersebut diartikulasikan secara nyata untuk mendongkrak literasi kepemiluan masyarakat Jawa Timur.

Pengelolaan media sosial memegang peranan yang sangat penting sebagai strategi komunikasi digital bagi penyelenggara pemilu dalam menyampaikan informasi secara transparan, cepat, dan tepat sasaran kepada masyarakat luas. Melalui pemanfaatan platform digital yang terstruktur, lembaga dapat menjangkau berbagai lapisan demografi pemilih secara efektif. Oleh karena itu, rumusan masalah pertama dalam penulisan ini berfokus pada bagaimana pengelolaan media sosial dijalankan sebagai strategi komunikasi digital utama dalam mendistribusikan informasi kepemiluan kepada publik.

Namun, penyampaian informasi kepemiluan seringkali terkendala oleh persepsi bahwa topik pemilu kaku, monoton, dan membosankan, terutama bagi kalangan generasi muda. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan kreativitas dalam merancang bentuk dan jenis konten yang disajikan di ruang digital. Berdasarkan tantangan ini, rumusan masalah kedua mengkaji bagaimana strategi pengelolaan konten media sosial dapat meningkatkan *engagement* atau keterlibatan aktif masyarakat, sehingga informasi kepemiluan tidak hanya dibaca, tetapi juga mendapat respons positif berupa suka, komentar, dan dibagikan secara luas.

Lebih dari sekadar menyampaikan informasi dan menarik perhatian publik, media sosial juga harus berfungsi sebagai ruang edukasi yang berkelanjutan. Hal ini bertujuan untuk membentuk pemilih yang cerdas, kritis, dan tahan terhadap arus disinformasi atau hoaks yang kerap mencuat menjelang pesta demokrasi. Oleh karena itu, rumusan masalah ketiga meneliti bagaimana pengembangan strategi komunikasi digital melalui media sosial dapat mendukung peningkatan literasi kepemiluan masyarakat secara menyeluruh.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Komunikasi Digital

Komunikasi digital adalah proses pengiriman informasi menggunakan teknologi dan media digital yang telah mengubah masyarakat berkomunikasi, termasuk metode pemerintah dalam menyampaikan pesan kepada publik. Penggunaan media digital memungkinkan penyampaian informasi ke berbagai kalangan dengan mempertimbangkan isu yang dibahas, pesan yang disampaikan, jenis media yang digunakan, serta karakteristik audiens yang dituju. Dalam proses komunikasi pemerintahan, komunikasi digital tidak hanya digunakan sebagai alat untuk menyebarluaskan informasi, tetapi juga mampu menciptakan interaksi serta keterlibatan masyarakat melalui tanggapan terhadap audiens dan penggunaan fitur-fitur yang ada dalam media digital.

Utami dan Leliana (2026) menekankan bahwa strategi komunikasi digital pemerintah harus memperhatikan penyusunan pesan yang tepat, pemilihan isu yang relevan dengan keadaan saat ini, penggunaan visual yang menarik, serta meningkatkan interaktivitas dan keterlibatan masyarakat. Dalam konteks KPU Provinsi Jawa Timur, penggunaan komunikasi digital melalui media sosial dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi dan edukasi terkait kepemiluan secara informatif serta menarik, sekaligus mendorong partisipasi masyarakat dan meningkatkan pemahaman mereka terhadap berbagai informasi kepemiluan.

**Media Sosial**

Media sosial adalah salah satu saluran komunikasi digital yang memungkinkan lembaga mengirimkan informasi serta menjalin interaksi dengan masyarakat. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube memfasilitasi komunikasi yang lebih cepat, terbuka, serta dua arah, sehingga masyarakat tidak hanya menerima informasi tetapi juga dapat memberikan tanggapan melalui komentar, berbagai konten, atau berpartisipasi dalam diskusi secara daring. Dalam konteks komunikasi publik, media sosial bisa dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi, memperkuat hubungan dengan pembaca, serta meningkatkan partisipasi masyarakat.

Alfi (2025) menegaskan bahwa untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial, diperlukan pemilihan platform yang sesuai dengan sifat dan karakteristik audiens, pengelolaan konten yang relevan serta menarik, serta penilaian terhadap hasil interaksi yang terjadi. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya berperan sebagai alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai wadah komunikasi yang bersifat partisipatif, yang dapat memperkuat hubungan antara lembaga dan masyarakat. Dalam konteks KPU Provinsi Jawa Timur, media sosial dapat digunakan sebagai sarana komunikasi publik untuk menyebarkan

informasi serta edukasi mengenai pemilu secara lebih interaktif, sekaligus mendorong partisipasi masyarakat.

**Circular Model of SOME**

Circular Model of SOME merupakan model perencanaan komunikasi media sosial yang dikembangkan oleh Regina Luttrell. Model ini terdiri dari empat tahapan yang saling terkait, yaitu ***Share***, ***Optimize***, ***Manage***, dan ***Engage***. Model tersebut digunakan untuk mengamati cara pengelolaan media sosial dapat direncanakan dan dikembangkan melalui beberapa proses seperti berbagi informasi, mengoptimalkan konten dan interaksi, mengelola komunikasi, serta meningkatkan keterlibatan audiens. Qorib, Rinata, dan Fianto (2021) menyatakan bahwa model ini berguna untuk mengevaluasi sejauh mana penggunaan media sosial dapat mendukung proses komunikasi, interaksi, serta pembentukan hubungan dengan publik.

Tahap ***share*** melibatkan penentuan media yang akan digunakan, mengetahui target pesan yang ingin disampaikan, serta membangun hubungan dan kepercayaan dengan audiens. Tahap ***optimize*** berorientasi pada pengoptimalan setiap interaksi dan materi yang disampaikan agar komunikasi dapat berjalan dengan lebih efektif. Tahap ***manage*** menekankan pada pengelolaan komunikasi dengan cara memantau percakapan, merespons audiens, serta menggunakan berbagai alat media sosial. Sementara itu, fase ***engage*** berfokus pada upaya untuk melibatkan audiens secara aktif dalam proses komunikasi, sehingga tercipta interaksi dua arah dan hubungan yang lebih erat. Dalam konteks KPU Provinsi Jawa Timur, empat tahap tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk menganalisis pengelolaan media sosial dalam menyampaikan informasi dan edukasi terkait pemilu kepada masyarakat. Tahapan ini mencakup penentuan saluran dan target audiens komunikasi, pengembangan konten yang optimal, pengelolaan tanggapan dari masyarakat, serta meningkatkan partisipasi masyarakat melalui interaksi di media sosial.

**Engagement dan Literasi Kepemiluan**

*Engagement* media sosial adalah cara audiens terlibat dalam proses komunikasi digital melalui berbagai tindakan seperti memberikan komentar, menyukai, membagikan konten, serta berinteraksi dengan informasi yang ditampilkan. Dalam komunikasi publik, *engagement* menunjukkan partisipasi masyarakat yang tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi

juga bisa memberikan tanggapan serta ikut berperan dalam proses komunikasi tersebut. Sementara itu, literasi kepemiluan berkaitan dengan kemampuan masyarakat untuk

memahami informasi terkait pemilu dan proses politik, serta mampu menggunakan informasi tersebut secara kritis untuk menjalankan perannya sebagai bagian dari masyarakat negara. Suwenda dan Dewi (2024) menyatakan bahwa literasi politik yang berbasis digital mencakup kebutuhan akan informasi politik, cara mencari informasi, proses komunikasi informasi, serta cara mengevaluasi berbagai proses dalam politik. Media sosial bisa menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut sekaligus memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam memahami informasi terkait pemilu.

Penggunaan media sosial dalam meningkatkan literasi kepemiluan memerlukan dukungan dari kemampuan masyarakat dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, serta menyaring informasi yang didapatkan melalui jalur digital. Suwenda dan Dewi (2024) menyatakan bahwa media sosial yang digunakan oleh penyelenggara pemilu bisa menjadi alat untuk mengedukasi masyarakat. Konten yang kreatif dan menarik dapat membantu meningkatkan perhatian serta keterlibatan masyarakat terhadap informasi terkait pemilu. Sejalan dengan hal tersebut, Silviah (2024) menyatakan bahwa media sosial bisa membantu masyarakat dalam mengakses dan memanfaatkan informasi digital, namun pengguna juga harus mampu membedakan antara informasi yang benar dan informasi yang belum terverifikasi. Oleh karena itu, keterlibatan masyarakat dan tingkat pemahaman tentang pemilu dapat menjadi bagian yang penting dalam komunikasi digital KPU Provinsi Jawa Timur, karena partisipasi masyarakat melalui media sosial tidak hanya terlihat dari respons terhadap konten yang disampaikan, tetapi juga dari kemampuan masyarakat untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, serta menggunakannya secara tepat dalam konteks pemilu.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara lebih mendalam mengenai strategi komunikasi digital yang dilakukan melalui pengelolaan media sosial KPU Jawa Timur. Penelitian tidak hanya melihat aktivitas media sosial dari jumlah interaksi yang diperoleh, tetapi juga mengkaji bagaimana konten dirancang, informasi kepemiluan disampaikan, serta bagaimana pengelola media sosial membangun interaksi dengan masyarakat. Pendekatan studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada pengelolaan media sosial KPU Jawa Timur sebagai objek penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas dan konten pada media sosial resmi KPU Jawa Timur, meliputi jenis konten, frekuensi unggahan, bentuk penyampaian pesan,

penggunaan visual, serta respons dan interaksi masyarakat. Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan untuk memperoleh informasi mengenai strategi pengelolaan media sosial, tujuan komunikasi, penentuan target audiens, strategi meningkatkan engagement, serta upaya menyampaikan informasi kepemiluan agar mudah dipahami masyarakat. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian melalui pengumpulan tangkapan layar konten, data interaksi, dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengelolaan Media Sosial pada Tahap Share

Pada tahap *share*, Regina Luttrell (2015) menjelaskan bahwa terdapat tiga aspek utama yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan media sosial, yaitu *participate*, *connect*, dan *build trust*. Ketiga aspek tersebut dapat diterapkan oleh pengelola media sosial Instagram KPU Provinsi Jawa Timur dalam menyampaikan informasi kepemiluan kepada masyarakat sekaligus membangun hubungan yang baik dengan para pengikutnya (Regina Luttrell, 2015).

Aspek pertama, yaitu *participate*, berkaitan dengan keterlibatan pengelola media sosial dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana berbagi informasi dan berinteraksi dengan audiens. Dalam hal ini, KPU Provinsi Jawa Timur menggunakan Instagram untuk menyebarluaskan berbagai informasi terkait kepemiluan, mulai dari kegiatan kelembagaan hingga edukasi mengenai pemilu. Pemanfaatan Instagram tersebut sejalan dengan pendapat Luttrell (2015:41) yang menyatakan bahwa media sosial dapat membantu individu maupun organisasi untuk saling berbagi informasi secara lebih luas dan mudah diakses (Luttrell, 2015:41).

Aspek kedua, yaitu *connect*, diwujudkan melalui penyajian konten yang mendorong terjadinya interaksi antara pengelola akun Instagram KPU Provinsi Jawa Timur dengan masyarakat. Interaksi tersebut dapat dibangun melalui konten yang menarik, informatif, serta relevan dengan kebutuhan audiens, sehingga masyarakat memiliki kesempatan untuk memberikan tanggapan, menyampaikan pertanyaan, maupun berpartisipasi dalam diskusi melalui kolom komentar. Dengan adanya komunikasi dua arah, hubungan antara KPU Provinsi Jawa Timur dan pengikutnya di media sosial diharapkan menjadi lebih dekat dan partisipatif.

Aspek ketiga, yaitu *build trust*, berfokus pada upaya membangun kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui media sosial. KPU Provinsi Jawa Timur dapat menerapkan aspek ini dengan menyajikan informasi yang akurat, aktual, dan dapat dipertanggungjawabkan, serta bersumber dari kanal resmi lembaga. Penyampaian informasi yang konsisten dan sesuai dengan fakta menjadi hal penting untuk menghindari kesalahpahaman serta meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap kredibilitas informasi kepemiluan. Selain melalui Instagram, upaya membangun kepercayaan juga dapat didukung dengan menyediakan akses terhadap informasi publik melalui layanan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) KPU Provinsi Jawa Timur. Keberadaan layanan tersebut memungkinkan masyarakat memperoleh informasi resmi yang dibutuhkan secara lebih terbuka dan transparan.

**Optimalisasi Konten pada Tahap Optimize**

Dalam tahap *optimize*, Regina Luttrell (2015) mengemukakan dua aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan media sosial, yaitu *listen and learn* serta *take part in authentic conversation.* Kedua aspek tersebut berperan dalam membantu organisasi memahami kebutuhan audiens sekaligus membangun komunikasi yang lebih efektif melalui media sosial. Dalam konteks ini, penerapan kedua aspek tersebut dapat dikaji pada pengelolaan akun Instagram KPU Provinsi Jawa Timur (Regina Luttrell, 2015).

Aspek pertama, yaitu *listen and learn*, menekankan pentingnya kemampuan pengelola media sosial untuk mendengarkan respons audiens, memahami kebutuhan informasi masyarakat, serta mempelajari perkembangan tren yang sedang berlangsung. Dalam pengelolaan Instagram KPU Provinsi Jawa Timur, hal ini dapat dilakukan melalui penggunaan tagar (hashtag) yang relevan dan penyesuaian konsep konten dengan tren yang tengah berkembang di masyarakat. Strategi tersebut dapat membantu memperluas jangkauan informasi sekaligus meningkatkan peluang konten untuk ditemukan oleh audiens. Namun, apabila mengacu pada pendapat Luttrell (2015), penerapan aspek ini dapat dioptimalkan lebih lanjut melalui pemanfaatan perangkat analisis media sosial (social media monitoring tools). Penggunaan perangkat tersebut dapat membantu pengelola memantau respons audiens, mengidentifikasi topik yang banyak diperbincangkan, serta mengevaluasi efektivitas konten berdasarkan tingkat interaksi yang diperoleh (Luttrell, 2015).

Aspek kedua, yaitu *take part in authentic conversation*, berkaitan dengan keterlibatan organisasi dalam membangun percakapan yang alami, terbuka, dan relevan dengan audiens.

Penerapan aspek ini pada Instagram KPU Provinsi Jawa Timur dapat dilakukan melalui pembuatan konten yang mengandung unsur humanis, edukatif, dan informatif dengan gaya penyampaian yang lebih santai serta tidak terlalu formal. Pendekatan tersebut dapat menciptakan kesan komunikasi yang lebih dekat dengan masyarakat, sehingga informasi kepemiluan dapat diterima dengan lebih mudah oleh berbagai kelompok audiens, khususnya generasi muda. Meskipun demikian, penerapan aspek ini masih dapat dikembangkan lebih lanjut. Luttrell (2015:42) menekankan pentingnya keberadaan brand influencer untuk mendukung percakapan yang autentik dan memperkuat hubungan antara organisasi dengan audiens (Luttrell, 2015:42). Dalam konteks KPU Provinsi Jawa Timur, keberadaan figur yang memiliki pengaruh dan mampu menyampaikan pesan kepemiluan secara menarik dapat menjadi salah satu strategi yang dipertimbangkan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat.

**Pengelolaan Interaksi pada Tahap Manage**

Tahap *manage* dalam *Circular Model of SOME* berkaitan dengan kegiatan memantau percakapan, merespons masyarakat, mengklarifikasi informasi, dan mengevaluasi interaksi di media sosial. Pada tahap ini, media sosial tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi ruang komunikasi dua arah antara KPU Provinsi Jawa Timur dengan masyarakat.

KPU Provinsi Jawa Timur dapat mengelola interaksi dengan memantau komentar, pesan langsung, pertanyaan, kritik, serta isu kepemiluan yang sedang berkembang di media sosial. Pemantauan tersebut sangat penting untuk mengetahui kebutuhan informasi masyarakat dan agar mengetahui kesalahpahaman atau informasi yang tidak benar. Penelitian mengenai Humas KPU Provinsi Jawa Timur menunjukkan bahwa interaksi dengan masyarakat dilakukan melalui kolom komentar dan pesan langsung Instagram. Respons diberikan secara positif, ramah, dan disesuaikan dengan pertanyaan masyarakat. Respons yang diberikan KPU memenuhi prinsip cepat, akurat, jelas, dan sesuai dengan kewenangan lembaga. Pertanyaan sederhana dapat dijawab langsung oleh pengelola media sosial, sedangkan pertanyaan yang bersifat teknis perlu dikoordinasikan dengan bagian terkait. Setiap jawaban juga akan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat dan disertai sumber resmi apabila diperlukan.

Selain menjawab pertanyaan, KPU perlu menggunakan media sosial untuk mengklarifikasi hoaks dan informasi yang keliru. Klarifikasi tidak cukup hanya menyatakan bahwa informasi tersebut salah, tetapi perlu menjelaskan informasi yang benar serta memberikan sumber yang dapat dipercaya. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya memperoleh jawaban, tetapi juga belajar memverifikasi informasi kepemiluan. Pengelolaan interaksi juga perlu dihubungkan dengan kanal pelayanan resmi. KPU Provinsi Jawa Timur memiliki berbagai sarana informasi dan pengaduan, seperti website, e-PPID, WhatsApp PPID, serta SP4N-LAPOR!. Media sosial dapat digunakan sebagai pintu awal untuk menerima pertanyaan, kemudian mengarahkan masyarakat kepada pihak yang sesuai apabila membutuhkan proses pelayanan atau pengaduan formal.

Tahap *manage* dapat dievaluasi melalui kecepatan respons, ketepatan jawaban, jumlah pertanyaan yang ditindaklanjuti, kualitas diskusi, serta kemampuan KPU menyelesaikan kesalahpahaman publik. Pertanyaan yang sering muncul dapat dijadikan bahan untuk membuat konten edukasi berikutnya. Dengan demikian, pengelolaan interaksi pada tahap *manage* berperan penting dalam membangun komunikasi digital yang terbuka dan responsif. Pengelolaan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan engagement masyarakat sekaligus mendukung literasi kepemiluan karena masyarakat memperoleh informasi melalui dialog yang sesuai dengan kebutuhan mereka

**Peningkatan Engagement melalui Tahap Engage**

Tahap *engage* dalam *Circular Model of SOME* merupakan tahap untuk melibatkan audiens secara aktif dalam komunikasi digital. Pada tahap ini, media sosial tidak hanya digunakan untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk membangun percakapan, kepercayaan, dan hubungan yang berkelanjutan antara KPU Provinsi Jawa Timur dengan masyarakat. Luttrell menjelaskan bahwa tahap *engage* perlu memperhatikan siapa audiens yang dituju, di mana audiens tersebut aktif, serta bagaimana cara organisasi menjangkau mereka.

Dalam konteks KPU Provinsi Jawa Timur, *engagement* penting karena informasi kepemiluan tidak cukup hanya diketahui oleh masyarakat, tetapi juga perlu dipahami dan didiskusikan. Masyarakat diharapkan dapat memberikan pertanyaan, menyampaikan

tanggapan, membagikan informasi resmi, serta berpartisipasi dalam kegiatan pendidikan pemilih. Dengan demikian, masyarakat tidak lagi hanya menjadi penerima informasi, tetapi

juga menjadi bagian dari proses komunikasi kepemiluan. KPU Jawa Timur telah memandang media sosial sebagai sarana penting untuk sosialisasi dan pendidikan pemilih. Penggunaan berbagai platform, seperti Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, dan X, memberikan peluang bagi KPU untuk menjangkau kelompok masyarakat dengan karakteristik yang berbeda. KPU Jawa Timur juga mendorong pemanfaatan media sosial untuk membangun narasi kepemiluan dan meningkatkan keterlibatan masyarakat

Peningkatan *engagement* dapat dilakukan melalui penyusunan konten yang bersifat informatif, edukatif, dan interaktif. Konten informatif bertujuan memberikan pengetahuan mengenai tahapan, aturan, dan prosedur pemilu. Konten edukatif membantu masyarakat memahami informasi yang bersifat teknis dengan bahasa yang lebih sederhana. Sementara itu, konten interaktif memberikan ruang bagi masyarakat untuk bertanya, menanggapi, dan berpartisipasi.

Beberapa bentuk konten yang dapat digunakan KPU Provinsi Jawa Timur antara lain:

- Konten “KPU Menjawab” untuk menjawab pertanyaan masyarakat.
- Konten “Mitos atau Fakta Pemilu” untuk meluruskan informasi yang keliru.
- Kuis dan polling mengenai pengetahuan kepemiluan.
- Siaran langsung dengan anggota atau staf KPU.
- Video pendek tentang hak dan kewajiban pemilih.
- Infografik mengenai tahapan dan prosedur pemilu.
- Konten kolaborasi dengan KPU kabupaten/kota, perguruan tinggi, sekolah, dan komunitas.
- Cerita atau pengalaman masyarakat terkait akses informasi kepemiluan.

Konten interaktif memiliki potensi lebih besar untuk menciptakan komunikasi dua arah dibandingkan unggahan yang hanya berisi dokumentasi kegiatan. Penelitian mengenai komunikasi digital lembaga publik menunjukkan bahwa konten edukasi, kuis digital, dan sesi tanya jawab langsung cenderung mendorong partisipasi lebih tinggi dibandingkan unggahan formal seperti laporan kegiatan.

Setiap platform memiliki karakteristik yang berbeda sehingga strategi *engage* perlu disesuaikan dengan media yang digunakan. Instagram dapat dimanfaatkan untuk membangun

interaksi melalui *Instagram Stories*, *Reels*, komentar, polling, dan fitur pertanyaan. TikTok dapat digunakan untuk menyampaikan edukasi kepemiluan melalui video singkat yang

komunikatif dan mudah dibagikan. YouTube dapat digunakan untuk diskusi, webinar, dan siaran langsung yang membutuhkan penjelasan lebih panjang.

KPU Jawa Timur juga telah mendorong pemanfaatan TikTok dalam kegiatan sosialisasi dan pendidikan pemilih. Platform ini dapat digunakan untuk menjangkau pemilih muda melalui konten yang lebih kreatif, singkat, dan sesuai dengan kebiasaan komunikasi digital. Meskipun demikian, kreativitas konten tetap harus disertai akurasi informasi, netralitas, dan identitas kelembagaan yang jelas. Pemilihan platform juga perlu didasarkan pada data audiens. KPU perlu mengetahui kelompok masyarakat yang paling aktif pada setiap platform, jenis konten yang paling banyak memperoleh respons, serta waktu publikasi yang paling efektif. Dengan cara tersebut, penyebaran konten tidak dilakukan secara seragam, melainkan disesuaikan dengan karakteristik pengguna.

Engagement tidak dapat dibangun hanya dengan mengunggah konten secara rutin. KPU perlu menciptakan dialog dengan cara merespons komentar, menjawab pertanyaan, mengapresiasi tanggapan masyarakat, dan menindaklanjuti isu yang berkembang. Komunikasi dua arah dapat membuat masyarakat merasa didengar dan dihargai. Penelitian mengenai komunikasi dua arah pada media sosial lembaga pemerintah menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat. Lembaga tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menerima masukan dan membangun komunikasi melalui konten yang kreatif serta respons terhadap masyarakat.

Dalam konteks KPU, dialog tersebut perlu dilakukan secara terbuka tetapi tetap berdasarkan kewenangan dan prinsip kelembagaan. KPU dapat menjawab pertanyaan masyarakat secara langsung, tetapi untuk hal-hal yang berkaitan dengan keputusan resmi atau peraturan tertentu, jawaban perlu disertai sumber yang dapat diverifikasi. Kepercayaan masyarakat akan meningkat apabila KPU menunjukkan konsistensi, keterbukaan, dan ketepatan dalam berkomunikasi. Sebaliknya, respons yang lambat, tidak jelas, atau terlalu formal dapat mengurangi minat masyarakat untuk berinteraksi.

Tahap *engage* memiliki hubungan dengan literasi kepemiluan karena interaksi memungkinkan masyarakat memperoleh penjelasan berdasarkan kebutuhan mereka. Ketika masyarakat bertanya dan mendapatkan jawaban yang jelas, proses komunikasi tersebut dapat

meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepemiluan. Sebagai contoh, KPU dapat membuat konten mengenai cara mengecek data pemilih. Setelah konten dipublikasikan,

masyarakat dapat bertanya mengenai data yang belum sesuai melalui kolom komentar atau pesan langsung. Pertanyaan tersebut kemudian dijawab dengan langkah-langkah yang jelas dan tautan layanan resmi. Dalam proses tersebut, masyarakat tidak hanya melihat konten, tetapi juga memperoleh pengetahuan praktis yang dapat digunakan.

Engagement juga dapat mendukung kemampuan masyarakat dalam menghadapi disinformasi. Melalui konten klarifikasi, kuis verifikasi, dan diskusi terbuka, masyarakat dapat dilatih untuk memeriksa sumber, membandingkan informasi, dan tidak langsung membagikan berita yang belum terverifikasi. Dengan demikian, engagement yang diharapkan bukan sekadar peningkatan jumlah interaksi, melainkan keterlibatan yang menghasilkan pemahaman dan tindakan. Masyarakat yang aktif bertanya, memeriksa informasi, membagikan sumber resmi, dan mengikuti pendidikan pemilih menunjukkan bentuk engagement yang lebih bermakna.

Berdasarkan uraian tersebut, peningkatan *engagement* melalui tahap *engage* memerlukan perubahan dari komunikasi satu arah menuju komunikasi yang dialogis dan partisipatif. KPU Provinsi Jawa Timur perlu memosisikan masyarakat sebagai mitra komunikasi, bukan hanya sebagai penerima informasi. Strategi tersebut dapat dilakukan melalui tiga langkah utama. Pertama, KPU perlu membuat konten yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiens. Kedua, KPU perlu menyediakan ruang interaksi melalui komentar, polling, kuis, siaran langsung, dan kolaborasi. Ketiga, KPU perlu menindaklanjuti interaksi melalui respons yang cepat, akurat, dan mudah dipahami.

Penerapan strategi tersebut dapat memperkuat hubungan antara KPU dan masyarakat. Media sosial tidak hanya menjadi sarana publikasi informasi, tetapi juga menjadi ruang pendidikan pemilih yang memungkinkan masyarakat memperoleh pengetahuan, menyampaikan pertanyaan, dan membangun kesadaran kepemiluan. Dengan demikian, tahap *engage* dalam pengelolaan media sosial KPU Provinsi Jawa Timur dapat dirumuskan sebagai upaya membangun keterlibatan masyarakat melalui konten interaktif, komunikasi dua arah, kolaborasi, dan respons berkelanjutan. Keberhasilannya dapat dilihat dari meningkatnya kualitas percakapan, partisipasi masyarakat, penyebaran informasi resmi, serta kemampuan masyarakat dalam memahami dan mengevaluasi informasi kepemiluan.

**Engagement dan Literasi Kepemiluan**

*Engagement* dan literasi kepemiluan merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam komunikasi digital KPU Provinsi Jawa Timur. *Engagement* menunjukkan keterlibatan masyarakat terhadap konten kepemiluan, sedangkan literasi kepemiluan berkaitan dengan kemampuan masyarakat dalam memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi pemilu secara tepat.

Berdasarkan analisis, *engagement* tidak cukup diukur dari jumlah *likes* atau pengikut. Keterlibatan yang lebih bermakna dapat dilihat melalui komentar, pertanyaan, pembagian konten, keikutsertaan dalam kuis atau siaran langsung, serta kemampuan masyarakat menggunakan informasi resmi. Penelitian mengenai Instagram menunjukkan bahwa fitur *follow, like, comment, share,* dan *mention* dapat mendorong keterlibatan politik secara berkelanjutan. Namun, penelitian tersebut juga menemukan adanya kesenjangan dalam kemampuan pengguna membedakan informasi faktual dan konten politik yang bias.

Dalam konteks KPU Provinsi Jawa Timur, peningkatan literasi kepemiluan dapat dilakukan melalui konten yang informatif, edukatif, dan interaktif. Informasi mengenai tahapan pemilu, hak dan kewajiban pemilih, cara mengecek data pemilih, serta cara melaporkan permasalahan dapat disajikan dalam bentuk infografik, video pendek, kuis, dan sesi tanya jawab. Melalui format tersebut, masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga diberi kesempatan untuk menguji pemahaman dan menyampaikan pertanyaan.

Namun, tingginya engagement belum tentu menunjukkan meningkatnya literasi kepemiluan. Masyarakat dapat menyukai atau membagikan konten tanpa memahami substansinya. Oleh karena itu, engagement perlu dibedakan menjadi tiga tingkatan:

- Engagement pasif, seperti melihat, menyukai, atau menyimpan konten.
- Engagement interaktif, seperti memberikan komentar, mengajukan pertanyaan, mengikuti polling, dan mengikuti siaran langsung.
- Engagement partisipatif, seperti membagikan informasi resmi, memeriksa kebenaran informasi, mengikuti pendidikan pemilih, dan membantu meluruskan hoaks.

Aspek penting lain dalam literasi kepemiluan adalah kemampuan masyarakat menghadapi disinformasi. Media sosial memang dapat memperluas akses informasi dan partisipasi politik, tetapi juga berpotensi menyebarkan hoaks, polarisasi, serta informasi yang

tidak terverifikasi. Kajian mengenai media sosial dan perkembangan demokrasi di Indonesia menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran dalam memperluas partisipasi, tetapi

pengguna tetap membutuhkan kemampuan literasi digital agar dapat menilai kualitas informasi yang diterima.

Oleh karena itu, KPU Provinsi Jawa Timur perlu mengembangkan konten yang tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mengajarkan cara memverifikasi informasi. Contohnya, konten "Mitos atau Fakta Pemilu" dapat menjelaskan perbedaan antara informasi resmi dan informasi yang menyesatkan. Konten tersebut dapat dilengkapi dengan tautan website KPU, sumber peraturan, serta langkah-langkah pengecekan informasi.

Dengan demikian, engagement media sosial KPU dapat berkontribusi terhadap literasi kepemiluan apabila diarahkan pada keterlibatan yang menghasilkan pemahaman dan tindakan. Strategi komunikasi digital dapat dikatakan berhasil apabila masyarakat mampu memahami informasi kepemiluan, menemukan sumber resmi, mengevaluasi informasi, membedakan fakta dan hoaks, serta berpartisipasi secara sadar dalam proses demokrasi.

**Strategi Pengembangan Komunikasi Digital**

Berdasarkan hasil analisis, strategi pengembangan komunikasi digital KPU Provinsi Jawa Timur perlu diarahkan pada penyampaian informasi yang jelas, kredibel, mudah diakses, dan interaktif. Media sosial tidak cukup digunakan sebagai tempat mengunggah pengumuman, tetapi perlu dikembangkan sebagai ruang edukasi, dialog, dan partisipasi masyarakat. Penelitian mengenai komunikasi publik digital menunjukkan bahwa kejelasan informasi, penggunaan media digital, interaktivitas, kredibilitas sumber, dan aksesibilitas berpengaruh terhadap partisipasi masyarakat.

Strategi tersebut dapat dikembangkan melalui penerapan *Circular Model of SOME*, yaitu *Share, Optimize, Manage,* dan *Engage*. Pada tahap *share*, KPU perlu memetakan kelompok sasaran dan memilih platform yang sesuai. Instagram dapat digunakan untuk infografik dan video pendek, TikTok untuk menjangkau pemilih muda, YouTube untuk diskusi atau siaran langsung, sedangkan website digunakan sebagai pusat informasi resmi yang lebih lengkap.

Pada tahap *optimize*, informasi kepemiluan perlu dikemas menggunakan bahasa sederhana, visual menarik, dan format yang sesuai dengan karakter setiap platform. KPU Jawa Timur telah mendorong pembuatan konten yang informatif, edukatif, persuasif, dan

tidak kaku. KPU juga menyarankan agar konten media sosial dikelola secara konsisten, termasuk melalui publikasi rutin pada akun KPU kabupaten/kota.

Tahap *manage* dilakukan dengan memantau komentar, pesan langsung, isu kepemiluan, dan kinerja setiap konten. KPU perlu memberikan respons yang cepat dan akurat serta mengklarifikasi informasi yang keliru. Pertanyaan yang sering disampaikan masyarakat dapat dijadikan dasar untuk menyusun konten baru, sehingga strategi komunikasi selalu menyesuaikan kebutuhan publik.

Tahap *engage* diarahkan untuk mendorong masyarakat terlibat secara aktif. KPU dapat menggunakan polling, kuis, sesi tanya jawab, siaran langsung, dan kolaborasi dengan perguruan tinggi, sekolah, komunitas, serta organisasi kepemudaan. Kegiatan tersebut dapat mengubah pola komunikasi dari satu arah menjadi komunikasi dua arah yang lebih partisipatif.

Pengembangan strategi juga perlu didukung oleh evaluasi berbasis data. KPU dapat mengukur jangkauan, tayangan, komentar, pembagian, penyimpanan, pertanyaan, serta kualitas diskusi. Jumlah *likes* tidak seharusnya menjadi satu-satunya ukuran keberhasilan karena interaksi yang tinggi belum tentu menunjukkan pemahaman masyarakat. Indikator yang lebih penting adalah munculnya pertanyaan yang relevan, meningkatnya partisipasi dalam kegiatan pendidikan pemilih, dan kemampuan masyarakat menggunakan informasi resmi.

Selain itu, diperlukan koordinasi antara pengelola media sosial, divisi teknis, divisi sosialisasi dan pendidikan pemilih, serta unit pelayanan informasi. Koordinasi ini bertujuan memastikan agar informasi yang disampaikan konsisten, akurat, dan sesuai dengan kewenangan KPU. Apabila sumber daya manusia terbatas, KPU dapat bekerja sama dengan perguruan tinggi atau sekolah melalui program magang, produksi konten, dan kegiatan tematik.

Strategi tersebut dapat dirumuskan dalam alur berikut:

Pemetaan audiens → Penyusunan pesan → Pemilihan platform → Publikasi konten → Interaksi dengan masyarakat → Evaluasi → Perbaikan strategi.

Penerapan model tersebut diharapkan dapat mengatasi kecenderungan birokratisasi digital, yaitu penggunaan media sosial hanya sebagai papan pengumuman elektronik. Media sosial KPU perlu dikelola secara lebih kreatif, tetapi tetap menjaga akurasi, netralitas, dan kredibilitas kelembagaan.

Dengan demikian, strategi pengembangan komunikasi digital KPU Provinsi Jawa Timur tidak hanya berfokus pada perluasan jangkauan informasi, tetapi juga pada peningkatan kualitas komunikasi. Komunikasi yang jelas, interaktif, kredibel, dan mudah diakses dapat meningkatkan *engagement* masyarakat sekaligus mendukung literasi kepemiluan. Studi mengenai pengelolaan komunikasi digital pemerintah melalui model SOME juga menunjukkan bahwa penerapan tahapan *share, optimize, manage,* dan *engage* dapat mendukung komunikasi dua arah antara lembaga publik dan masyarakat, meskipun aspek respons real-time dan kreativitas konten tetap perlu diperkuat.

## KESIMPULAN

Pengelolaan media sosial merupakan bagian penting dalam pengembangan strategi komunikasi digital di Humas KPU Provinsi Jawa Timur, terutama dalam menyampaikan informasi kepemiluan yang mudah dipahami dan menjangkau masyarakat secara lebih luas. Melalui tahap share, informasi dapat dikemas dan disebarluaskan melalui platform serta bentuk konten yang sesuai dengan karakteristik audiens. Sementara itu, tahap optimize dilakukan dengan memperhatikan tanggapan masyarakat, mengikuti perkembangan isu yang relevan, serta mengevaluasi efektivitas konten yang telah dipublikasikan. Kedua tahap tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial tidak cukup hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga perlu memperhatikan bagaimana masyarakat menerima, memahami, dan merespons pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, strategi komunikasi digital yang dirancang secara tepat dapat mendorong keterlibatan masyarakat (engagement) melalui interaksi yang lebih aktif sekaligus mendukung peningkatan literasi kepemiluan. Dengan demikian, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi publik yang tidak hanya menyebarkan informasi mengenai pemilu, tetapi juga membantu masyarakat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang proses dan informasi kepemiluan yang disampaikan oleh KPU Provinsi Jawa Timur.

## DAFTAR PUSTAKA

Luttrell, R. (2014). *Social media: How to engage, share, and connect*. bloomsbury publishing plc.

Luttrell, R. (2015). Social media: how to engage, share, and connect. Maryland.

Lim, M. (2017). Freedom to hate: social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, *49*(3), 411-427. https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188

Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of computer-mediated communication*, *17*(3), 337-353. . https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x

Mergel, I., & Bretschneider, S. I. (2013). A three-stage adoption process for social media use in government. *Public administration review*, *73*(3), 390-400. https://doi.org/10.1111/puar.12021

UNESCO, R. (2018). Journalism, fake news & disinformation: Handbook for journalism education and training. *UNESCO*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552

Komisi Pemilihan Umum Provinsi Jawa Timur. (n.d.). Website resmi KPU Provinsi Jawa Timur. https://jatim.kpu.go.id/

Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. (n.d.). Website resmi Komisi Pemilihan Umum. https://www.kpu.go.id/

Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (n.d.). SP4N-LAPOR!. https://www.lapor.go.id/