

ABSTRAK

STRATEGI TELEVISI REPUBLIK INDONESIA STASIUN LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN LITERASI POLITIK DAN PARTISIPASI PEMILIH (STUDI PADA PEMILIH PEMULA DALAM PEMILIHAN WALIKOTA BANDAR LAMPUNG 2024)

Oleh

MUSTIKA AYU ALSA

Lemahnya literasi politik dan partisipasi politik pemilih pemula masih menjadi tantangan dalam pemilu. TVRI Stasiun Lampung memiliki peran untuk meningkatkan literasi politik dan partisipasi pemilih pemula dengan membuat suatu strategi yang dilakukan melalui program-program yang menyajikan informasi politik tentang pemilu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi TVRI Stasiun Lampung dalam meningkatkan literasi dan partisipasi politik pemilih pemula pada Pemilihan Walikota Bandar Lampung 2024. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah manajemen strategi dari Fred R. David dan Forest R. David (2015), yang mencakup perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Hasil penelitian ini, yaitu dalam perumusan strategi, TVRI Stasiun Lampung memiliki visi misi yang jelas, kekuatan berupa penyiar yang berkompeten, jaringan peliputan luas, SDM terlatih dan terdidik, serta anggaran biaya dari negara. Implementasi strategi dalam meningkatkan literasi politik dilakukan melalui program Sudut Pandang dan Lampung Hari Ini dengan menghadirkan narasumber yang berkompeten. Implementasi strategi dalam meningkatkan partisipasi politik dilakukan melalui Konser Gen-Z Memilih dan Sketsa Pemilu, serta bekerja sama dengan perguruan tinggi, penyelenggara pemilu, dan KPID Provinsi Lampung. Evaluasi strategi dalam meningkatkan literasi politik menunjukkan bahwa strategi TVRI Stasiun Lampung belum sepenuhnya berhasil, karena informasi yang disampaikan hanya menggunakan media televisi. Pemilih pemula saat ini kurang tertarik menonton televisi dan lebih banyak mendapatkan informasi politik melalui media sosial. Evaluasi strategi dalam meningkatkan partisipasi politik juga belum sepenuhnya berhasil, karena keterbatasan anggaran dalam melaksanakan program yang relevan dengan anak muda seperti *roadshow* Konser Gen-Z Memilih, sehingga belum menjangkau banyak kalangan pemilih pemula.

Kata kunci: Strategi, Literasi Politik, Partisipasi Politik

ABSTRACT

STRATEGY OF TELEVISI REPUBLIK INDONESIA STATION LAMPUNG IN IMPROVING POLITICAL LITERACY AND VOTER PARTICIPATION (STUDY ON BEGINNER VOTERS IN THE 2024 BANDAR LAMPUNG MAYORAL ELECTION)

By

MUSTIKA AYU ALSA

The weakness of political literacy and political participation of new voters is still a challenge in the election. TVRI Lampung Station has a role to increase political literacy and voter participation by creating a beginner strategy carried out through programs that present political information about the election. This study aims to analyze the strategy of TVRI Lampung Station in increasing literacy and political participation of new voters in the 2024 Bandar Lampung Mayoral Election. This study uses a descriptive qualitative research method with interview, observation, and documentation techniques. The theory used is the management strategy from Fred R. David and Forest R. David (2015), which includes mission strategy, implementation strategy, and evaluation strategy. The results of this study, namely in the mission strategy, TVRI Lampung Station has a clear vision and mission, strength in the form of competent broadcasting, a wide coverage network, trained and educated human resources, and a budget from the state. The implementation of the strategy in increasing political literacy is carried out through the Sudut Pandang and Lampung Hari Ini programs by presenting competent speakers. The implementation of the strategy to increase political participation was carried out through the Konser Gen-Z Memilih and Sketsa Pemilu, as well as in collaboration with universities, election organizers, and the Lampung Province KPID. Evaluation of the strategy to increase political literacy showed that the strategy of TVRI Lampung Station had not been fully successful, because the information conveyed only used television media. New voters are currently less interested in watching television and get more political information through social media. The evaluation strategy to increase political participation has also not been fully successful, due to budget limitations in implementing programs that are relevant to young people such as the roadshow Konser Gen-Z Memilih, so it has not reached many new voters.

Keywords: Strategy, Political Literacy, Political Participation