

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU)
DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH
MENYONGSONG PEMILU 2024 DI KABUPATEN BANYUMAS**



TESIS

Disusun Dan Diajukan Kepada Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mendapat Gelar M.Sos.

Nama : Mukhamad Abdul Aziz

NIM: 191764004

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
TAHUN 2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
PASCASARJANA

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553
Website : www.pps.uinsaizu.ac.id Email : pps@uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN TESIS

Nama Peserta Ujian : Mukhamad Abdul Aziz
NIM : 191764004
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Tesis : Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Menyongsong Pemilu 2024 di Kabupaten Banyumas

No	Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Sunhaji, M. Ag., NIP. 196681008 199403 1 001 Ketua Sidang/ Penguji		17/7 2023
2	Dr. M. Misbah, M. Ag., NIP. 19741116 200312 1 001 Sekretaris/ Penguji		19/7 -23
3	Dr. Umi Halwati, M. Ag., NIP. 19840819 201101 2 011 Pembimbing/ Penguji		17/07/23
4	Dr. Nawawi, M. Hum., NIP. 19710508 199803 1 003 Penguji Utama		13/7 2023
5	Dr. Musta'in, M. Si., NIP. 10710302 200901 1 004 Penguji Utama		13/7 2023

Purwokerto, 17-07-2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dr. Nawawi, M. Hum

NIP. 19710508 199803 1 003

NOTA DINAS PEMBIMBING

HAL : Pengajuan Ujian Tesis

Kepada Yth.
Direktur Pascasarjana UIN Prof. K. H.
Saifuddin Zuhri
di Purwokerto

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan koreksi, serta perbaikan-perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya sampaikan naskah mahasiswa:

Nama : Mukhamad Abdul Aziz
NIM : 191764004
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Tesis : Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Menyongsong Pemilu 2024 di Kabupaten Banyumas

Dengan ini mohon agar tesis mahasiswa tersebut di atas dapat disidangkan dalam ujian tesis.

Demikian nota dinas ini disampaikan. Atas perhatian bapak, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Purwokerto, 7 Juni 2023
Pembimbing



Dr. Umi Halwati, M.Ag.
NIP. 19840819 201101 2 011

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mukhamad Abdul Aziz

NIM : 191764004

Jenjang : Strata 2

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Tesis : Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Menyongsong Pemilu 2024 di Kabupaten Banyumas.

Menyatakan bahwa naskah tesis yang saya tulis merupakan hasil penelitian dan karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk pada sumbernya.

Purwokerto, 7 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Mukhamad Abdul Aziz

NIM. 191764004

MOTTO

“Dan sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya”¹.



¹ HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruquthni. Dihasankan oleh al-Albani dalam Shahihul Jami’.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ahamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT tuhan seru sekalian alam yang berkat limpahan karunianya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang kita berharap syafaatnya di hari akhir nanti. Dengan kerendahan dan ketulusan hati, penulis mempersembahkan tesis ini untuk:

Dian Sofiati AR. istriku dan kedua orang tua yang selalu mendukung dengan ketulusan doa dan dorongan motivasi yang tiada henti. Semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan memberikan kemudahan dalam segala urusan, kesehatan, serta kemuliaan di sisi Allah SWT.

Tesis ini juga penulis persembahkan untuk senior dan teman-teman yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan studi S2 ini. Kehadiran mereka semua tentu banyak membantu dalam selesainya tesis ini. Semoga kita semua mendapatkan kemudahan dalam menggapai apa yang kita cita-citakan.

Aamiin Ya Rabbal Alamin.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunianya sehingga penyusunan tesis yang berjudul **“Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Menyosngsong Pemilu 2024 di Kabupaten Banyumas”** dapat diselesaikan oleh penulis. Selama penulisan tesis ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pelajaran serta ilmu yang tentunya sangat bermanfaat bagi penulis untuk menambah khazanah keilmuan dan berfikir.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini tidak lain karena keterbatasan dari diri pribadi penulis sehingga dalam penulisan tesis ini mengalami hambatan dan kesulitan. Namun karena bantuan dari berbagai pihak hal tersebut dapat diatasi.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua dan istri tercinta yang selama ini terus memberikan dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan proses pendidikan magister sosial yang penulis tempuh. Oleh karena itu, penulis sangat bersyukur dan tidak lupa penulis sampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwoketo.
2. Prof. Dr. H. Sunhaji, Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwoketo.
3. Dr. Nawawi, M. Hum., Kepala Program Studi Pascasarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dr. Umi Halwati, M. Ag., selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan arahan dan masun hingga tesis ini dapat terselesaikan.
5. Segenap dosen dan civitas akademik Pancasarjana Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwoketo.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini.

Penulis sangat berterima kasih dengan keikhlasan dan ketulusan semoga semua pihak yang terlibat dalam penyusunan tesis ini senantiasa dalam lindungan dan bimbingan Allah SWT. Semoga kebaikan-kebaikan yang sudah penulis dapatkan, Allah balas dengan kebaikan-kebaikan yang berlipat. *Aaamiin.*

Purwokerto, 3 Juli 2023

Penulis,

Mukhamad Abdul Aziz

NIM. 191764004



DAFTAR TABEL

1. Tabel 1. Tingkat partisipasi Pemilu 1955-1997 Nasional.....	4
2. Tabel 2. Tahapan partisipasi pemilih era reformasi.....	5
3. Tabel 3. Partisipasi pemilih di Banyumas.....	7
4. Tabel 4. Tabel divisi KPU Kabupaten Banyumas dan Penanggungjawabnya.....	57
5. Tabel 5. Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Banyumas	75
6. Tabel 6. Program Kerja KPU Kabupaten Banyumas.....	78



DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1. Kerangka pikir penelitian 41
2. Gambar 2. Analisa data menurut Miles dan Huberman..... 48
3. Gambar 3. Visi misi Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia 53
4. Gambar 4. Visi misi KPU Kabupaten Banyumas 60
5. Gambar 5. Struktur Organisasi KPU Kabupaten Banyumas 61



DAFTAR ISI

PENGESAHAN TESIS	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR ISI	vii
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
1. Tujuan Teoritis	10
2. Tujuan Praktis	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Batasan Penelitian	11
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Strategi Komunikasi dan Partisipasi Politik	13
1. Pengertian Strategi Komunikasi	13
a. Strategi	13
b. Komunikasi	14
c. Strategi Komunikasi	16
1) Langkah-langkah Strategi Komunikasi	17
2) Tahapan Penyusunan Strategi Komunikasi	21
3) Tujuan Strategi Komunikasi	23

2. Pengertian partisipasi Politik	24
B. Komisi Pemilihan Umum	31
C. Pemilu 2024	35
D. Kajian Pustaka	36
E. Kerangka Berpikir	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	45
1. Jenis Penelitian	45
2. Pendekatan Penelitian	45
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	46
C. Sumber Penelitian	47
D. Metode Pengumpulan Data	47
1. Wawancara	47
2. Observasi	48
3. Dokumentasi	49
E. Teknik Analisa Data	49
F. Langkah Penelitian	51
1. Tahap Persiapan	51
2. Tahap Pelaksanaan	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum KPU Kabupaten Banyumas	57
1. Sejarah KPU Kabupaten Banyumas	57
2. Tugas dan Kewajiban KPU Kabupaten Banyumas	60
3. Visi dan Misi KPU Kabupaten Banyumas	61
4. Struktur Organisasi KPU Kabupaten Banyumas	64
B. Strategi KPU Kabupaten Banyumas	64
1. Analisa Masalah	65
2. Analisa Situasi	67
3. Analisa Khalayak	68
4. Strategi Komunikasi	75

5. Perencanaan Kegiatan.....	77
6. Produksi dan Uji Coba.....	78
7. Monitoring	84
8. Evaluasi dan Analisa Masalah	84
BAB V PENTUTUP	
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



**STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU)
DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH
MENYONGSONG PEMILU 2024 DI KABUPATEN BANYUMAS**

**Mukhamad Abdul Aziz
191764004**

ABSTRAK

Dalam menyampaikan pesan, komunikasi merupakan faktor terpenting dalam mengirimkan informasi, selain sebagai penyampain informasi komunikasi juga salah satu cara untuk merubah dan mengendalikan pola sikap dan prilaku orang lain. Komunikasi juga tidak bisa lepas dari strategi komunikasi, dimana hal tersebut akan meningkatkan efektifitas dan keberhasilan yang dilakukan oleh perusahaan atau lembaga pemerintah. Sebagaimana yang dilakukan oleh komisi pemilihan umum dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024 di kabupaten banyumas. Kemudian dari data dan fakta dalam latar belakang, peneliti membuat rumusan masalah yaitu baigaimana strategi komunikasi komisi pemilihan umum dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024 di kabupaten banyumas

Metode penelitian yang gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dalam jenis penelitian kualitatif yang pendekatannya menggunakan studi kasus. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi terkait strategi komunikasi komisi pemilihan umum kabupaten banyumas.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa komisi pemilihan umum kabupaten banyumas dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024 melakukan 8 langkah strategi komunikasi, yaitu; *Pertama*, Analisa Masalah, analisa masalah yang ditemukan yaitu, 1). Pemilih pemula, 2). Komunitas dengan partisipasi rendah, 3). Keterlibatan mengawal pemilu, dan 4). Kebutuhan masyarakat akan informasi. *Kedua*, Analisa Situasi, analisa situasi yang terdapat dalam analisa masalah yaitu, 1). Pemilih pemula yang angkanya mencapai 20%, 2). Komunitas dengan partisipasi rendah yaitu pemilih disabilitas yang mencapai 9.141, 3). Keterlibatan mengawal pemilu dilakukan dengan pelatihan dan pendidian pemilih, dan 4). Kebutuhan masyarakat akan informasi, dilihat dari pengguna media sosial yang mencapai 60 persen dari jumlah total pengguna internet. *Ketiga*, Analisa Khalayak. *Keempat*, Perencanaan dan Pengembangan. *Kelima*, Strategi Komunikasi. *Keenam*, Produksi dan Uji Coba. *Ketujuh*, Monitoring, dan. *Kedelapan*, Evaluasi dan Analisa masalah.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, KPU Kabupaten Banyumas, Partisipasi Pemilih, Pemilu.

**COMMUNICATION STRATEGY OF THE GENERAL ELECTION
COMMISSION IN INCREASING VOTER PARTICIPATION WELCOME
TO THE ELECTIONS 2024 IN BANYUMAS DISTRICT**

Mukhamad Abdul Aziz

191764004

ABSTRACT

In conveying messages, communication is the most important factor in sending information, apart from being the conveyance of communication information as well. Communication also cannot be separated from the communication strategy, where it will increase the effectiveness and success of companies or government agencies. As was done by the general election commission in increasing voter participation towards the 2024 elections in Banyumas district. Then, from the data and facts in the background, the researcher formulated the problem formulation, namely how is the general election commission's communication strategy in increasing voter participation in the run up to the 2024 elections in Banyumas district.

The research method used in this research is field research in the type of qualitative research with a case study approach. While the data collection techniques used were interviews, observation and documentation related to the communication strategy of the general election commission in Banyumas district.

From this research it can be concluded that the banyumas district general election commission in increasing voter participation ahead of the 2024 election carried out 8 steps of a communication strategy, namely; First, Problem Analysis, analysis of the problems found, namely, 1). Beginner voters, 2). Communities with low participation, 3). Involvement in overseeing the election, and 4). Society's need for information. Second, Situation Analysis, situation analysis contained in the problem analysis, namely, 1). Beginner voters whose numbers reach 20%, 2). Communities with low participation, namely voters with disabilities which reached 9,141, 3). Involvement in overseeing the election is carried out by training and educating voters, and 4). The community's need for information, seen from social media users, which account for 60 percent of the total number of internet users. Third, Audience Analysis. Fourth, Planning and Development. Fifth, Communication Strategy. Sixth, Production and Testing. Seventh, Monitoring, and. Eighth, Evaluation and problem analysis.

Keywords: Communication Strategy, Banyumas Regency KPU, Voter Participation, Elections.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap orang butuh komunikasi. Dengan komunikasi manusia akan terhubung dengan lingkungan dan sesamanya, saling terhubung dan bekerjasama². Komunikasi memungkinkan seseorang mengakses informasi dan bertukar informasi dengan orang lain. Dengan informasi yang didapat melalui komunikasi tersebut seseorang juga akan mengembangkan pribadi dan lingkungannya. Karena komunikasi pengetahuan dan pemahaman dapat disebar luaskan kepada semua orang. Tanpa sebuah komunikasi seseorang akan ketinggalan informasi dan pengetahuan yang dapat menghambat kemajuan.

Tidak dapat dipungkiri komunikasi menjadi kebutuhan dasar dan pokok bagi manusia untuk bertahan hidup. Bukan hanya bagi individu saja tapi juga sekelompok orang. Dengan komunikasi seseorang dapat mengutarakan kebutuhannya sehingga dapat dipahami orang lain dan dapat saling bekerjasama dan saling memenuhi kebutuhan. Seperti asal katanya, komunikasi berasal dari kata *communis* dalam bahasa latin yang artinya membuat sama³. Sehingga dapat dipahami bahwa komunikasi adalah penyampaian pesan yang bertujuan membuat sama persepsi antara orang yang berkomunikasi atau biasa disebut komunikator dan komunikan⁴.

Lebih dari itu komunikasi juga mampu mengubah sikap, keyakinan dan perilaku orang lain. Seperti kata Hovland, Janis dan Kalley yang dikemukakan oleh Forsdale bahwa komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain⁵. Sedangkan menurut Laswell, komunikasi adalah jawaban dari *who says what in*

² Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta, Samudra Biru, 2018) hal. 5.

³ Deddy Mulyana, , *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung, PT. Rosdakarya, 2007), hal. 46.

⁴ Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta, Samudra Biru, 2018) hal. 5.

⁵ Anni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hal. 4.

which medium to whom with what effect (siapa mengatakan apa dalam media apa kepada siapa dengan efek apa)⁶.

Wilbur Schram mengatakan, apabila mengadakan komunikasi maka harus mewujudkan persamaan antara seseorang dengan orang lain. Komunikasi merupakan sebuah proses yang dinamis dan statis⁷ sehingga saat berkomunikasi tidak hanya bertukar pesan saja namun ada suatu tujuan yang ingin dicapai yakni persamaan makna pada pesan yang dikomunikasikan sebagaimana ditegaskan oleh Carl. Hovland bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Bagi sekelompok orang komunikasi tidak dijalankan secara alamiah namun direncanakan dan diatur strateginya dalam berkomunikasi. Misalnya suatu perusahaan akan menyusun strategi dalam berkomunikasi agar dapat meningkatkan pemasaran produknya. Tidak hanya perusahaan, strategi komunikasi juga penting dilakukan oleh lembaga atau instansi pemerintah agar pelayanan publik dapat berjalan lancar dan bisa melayani dengan baik apalagi lembaga tersebut bersentuhan langsung dan sangat berkaitan dengan masyarakat seperti komisi pemilihan umum (KPU).

Sebagai penyelenggara pemilu KPU memiliki tugas mensosialisasikan penyelenggaraan pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas KPU kepada masyarakat dan berkewajiban menyampaikan semua informasi penyelenggaraan pemilu kepada masyarakat⁸. Dengan tugas dan kewajiban tersebut komunikasi yang baik menjadi kunci kesuksesan KPU dalam menjalankan tugasnya. Melalui komunikasi yang baik sosialisasi yang dilakukan kemungkinan besar akan diterima dan dilakukan oleh masyarakat.

Dalam penyelenggaraan pemilu keterlibatan masyarakat dalam proses pemilu menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan pemilu. Seperti tingkat partisipasi masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya dalam pemilu menjadi

⁶ Anni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hal. 6.

⁷ H.A.W. Widjaya, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta: PT. Rineka Citra. 2000) hal. 14.

⁸ Undang-undang No 7 Tahun 2017 diakses pada tanggal 12 Mei 2023 pukul 20.51 WIB dari: https://jdih.dgip.go.id/produk_hukum/view/id/80

ukuran kesuksesan pemilu karena keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam pemilu merupakan salah satu asas dari demokrasi.

Keterlibatan masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya dalam pemilu mengalami pasang surut. Sejak era orde lama, orde baru hingga reformasi ini pemilu telah dilaksanakan sebanyak 12 kali dari Pemilu 1955 hingga Pemilu 2019 dan sebentar lagi akan dilaksanakan Pemilu 2024. Pada masa orde lama pemilu diselenggarakan satu kali yaitu pada tahun 1955. Kemudian pada masa orde baru pemilu dilakukan sebanyak 6 kali dari tahun 1967 sampai 1997 dan saat ini era reformasi pemilu sudah dilangsungkan sebanyak 5 kali dari 1999 sampai dengan 2019.

Konteks dan dinamika setiap penyelenggaraan pemilu selalu mempengaruhi bagaimana pemilu itu terlaksana. Sebelum era reformasi dan awal reformasi, pemilu diselenggarakan hanya untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) saja. Baru setelah dilakukan amandemen Undang Undang Dasar Tahun 1945 pemilu untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden digelar secara langsung pada tahun 2004. Dalam rentang waktu tersebut terjadi berbagai perubahan sistem pemilu di Indonesia. Paling menonjol dan mendasar adalah setelah era reformasi yaitu kebebasan mendirikan partai politik untuk mengikuti pemilu. Berbeda dengan era orde baru yang hanya diikuti oleh dua partai politik dan satu golongan karya atau organisasi masyarakat.

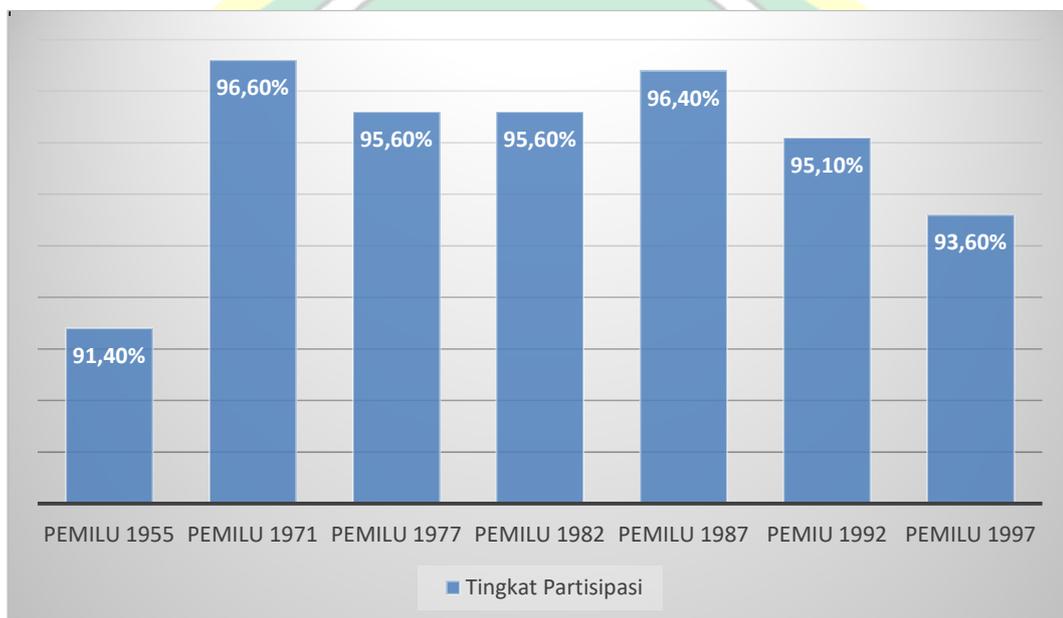
Pada penyelenggaraan pemilu yang pertama pada tahun 1955 tingkat partisipasi masyarakat dalam memilih cukup tinggi yakni 91,4%⁹ mengingat situasi geopolitik Indonesia yang belum lama mempertahankan kemerdekaan dan berbagai ancaman keamanan dan pemberontakan. Meskipun begitu Pemilu 1955 merupakan pemilu terbaik sebagaimana hasil penelitian M. Nizar Kherid yang dikutip oleh Media Indonesia “sistem Pemilu 1955 paling ideal. Unsur moral etika dan agama dalam pluralisme hukum bekerja dengan baik saat Pemilu 1955”¹⁰.

⁹ Aris, *Studi Tentang Angka Partisipasi Politik Dalam Pemungutan Suara pada Pemilihan Umum di Kabupaten Berau*, eJournal Ilmu Pemerintahan Unmul, 2020.

¹⁰ Haryanto, *Hasil Riset Pemilu 1955 Paling Ideal di Indonesia*, Media Indonesia diakses pada tanggal 13 Mei 2023. <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/381328/hasil-riset-sistem-pemilu-1955-paling-ideal-di-indonesia>.

Pada era orde baru tingkat partisipasi masyarakat dalam memilih juga tinggi tercatat selama enam kali pemilu angka partisipasinya selalu di atas 90 persen. Pada Pemilu 1971 angka partisipasinya 96,6%, kemudian pada Pemilu 1977 dan 1982 tingkat partisipasinya sama yakni sebanyak 95,6%. Lalu Pemilu 1987 sebanyak 96,4%, Pemilu 1992 sebanyak 95,1% serta Pemilu 1997 sebanyak 93,6%¹¹.

Tabel 1 Tingkat Partisipasi Pemilu 1955-1997 Nasional



Tinginya tingkat partisipasi masyarakat dalam pemilu pada era orde baru yang selalu tinggi berdasarkan publikasi hasil riset Pusat Kajian Politik (Puskapol) Universitas Indonesia¹² keterlibatan masyarakat dinilai bukan sebagai partisipasi melainkan mobilisasi. Hal ini ditunjukkan oleh aturan yang memaksakan Pegawai Negeri Sipil (PNS) untuk memiliki loyalitas yang tinggi kepada partai penguasa.

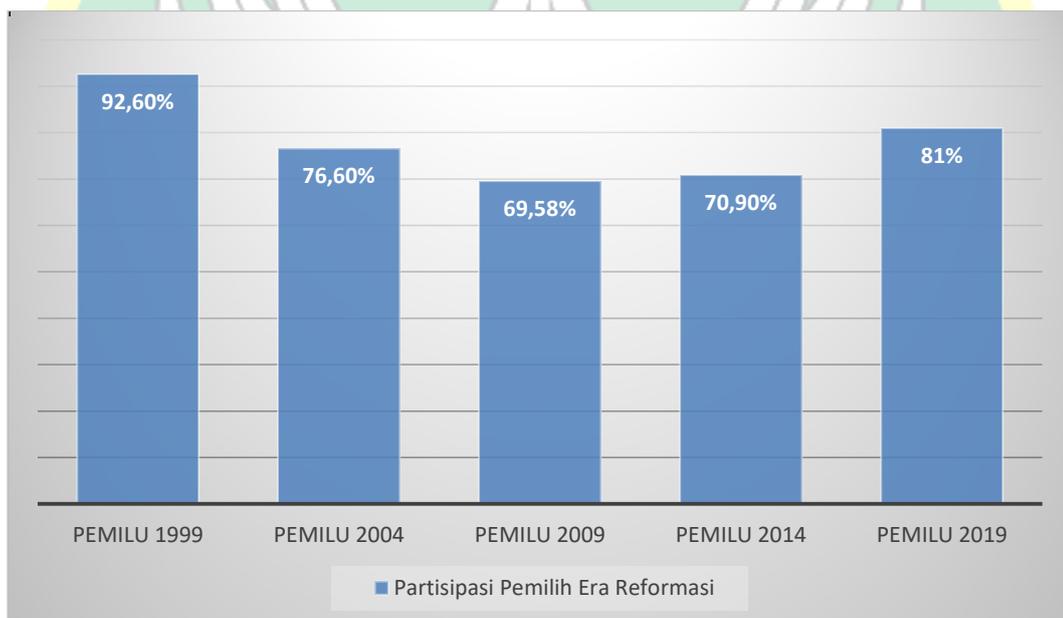
Setelah memasuki era reformasi pemilu mulai mengalami penurunan pada tingkat partisipasi. Sejak tahun 2004 inilah keterlibatan masyarakat dalam pemilu

¹¹ Aris, *Studi Tentang Angka Partisipasi Politik Dalam Pemungutan Suara pada Pemilihan Umum di Kabupaten Berau*, eJournal Ilmu Pemerintahan Unmul, 2020.

¹² Puskapol UI, *Memaknasi Ulang Partisipasi Warga: Tahu, Mampu, Awasi!*, Diakses pada 25 Mei 2023, https://www.puskapol.ui.ac.id/publikasi_puskapol/memaknai-ulang-partisipasi-politik-warga-tahu-mampu-awasi.html.

mulai menurun tercatat pada pemilihan legislative turun menjadi 84,1% dari yang sebelumnya 92,6% pada Pemilu 1999. Pada tahun 2004 juga pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden angka partisipasinya semakin menurun, pada putaran pertama partisipasinya diangka 78,2% dan putaran kedua 76,6%. Jumlah ini semakin terperosok jauh pada Pemilu 2009 yakni sebanyak 70,9% partisipasi pemilih untuk pemilihan legislative 69,58% dan untuk pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Kemudian pada tahun 2014 partisipasi pemilih legislative mencapai 75,2% dan pemilihan Presiden dan Wakil Presiden sebanyak 70,9%¹³ angka ini kemudian meningkat dan melampaui target nasional pada Pemilu Serentak Tahun 2019 yakni mencapai 81% dari target 77,5% yang ditetapkan¹⁴.

Table 2 Tingkat Partisipasi Pemilih Era Reformasi



Penurunan tingkat partisipasi masyarakat dalam memilih menurut Ferry Kurnia Rikiyansyah Anggota KPU RI Periode 2012-2017 dalam sebuah forum

¹³ Merdeka.com, *Ini Tingkat Partisipasi Pemilih pada Pemilu 1955-2014*, diakses pada 12 Mei 2023 di <https://www.merdeka.com/politik/ini-tingkat-partisipasi-pemilih-dari-pemilu-1955-2014.html>

¹⁴ Badan Pusat Statistik, *Partisipasi Politik 2019 Pemilu 1955-2019*, (Badan Pusat Statistik 2019).

seminar di Universitas Padjajaran¹⁵ salah satunya adalah tingginya angka golput. Selain itu, berdasarkan survey yang dilakukan oleh KPU dan Kompas menemukan tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja semua lembaga pemerintah yang turun menjadi 40%. Selain itu, 90,2% responden mengatakan tidak puas terhadap kinerja partai politik.

Namun demikian, Antar Venus, yang turut hadir dalam seminar tersebut mengatakan, tingkat partisipasi masyarakat dalam memilih di Indonesia bisa dikatakan berhasil. Hal ini bisa dilihat dari tingkat partisipasi yang merupakan *participatory voluntary* yakni angka partisipasi yang masih berkisaran di 71% yang bisa dibilang cukup tinggi.

Hal ini juga diperkuat dari hasil penelitian Yalvema Miaz yang telah dibukukan, yang mengatakan bahwa partisipasi masyarakat dalam pemilu yang tinggi pada era orde baru adalah semu. Karena masyarakat memilih bukan hasil dari kehendaknya sendiri untuk memilih pilihannya¹⁶.

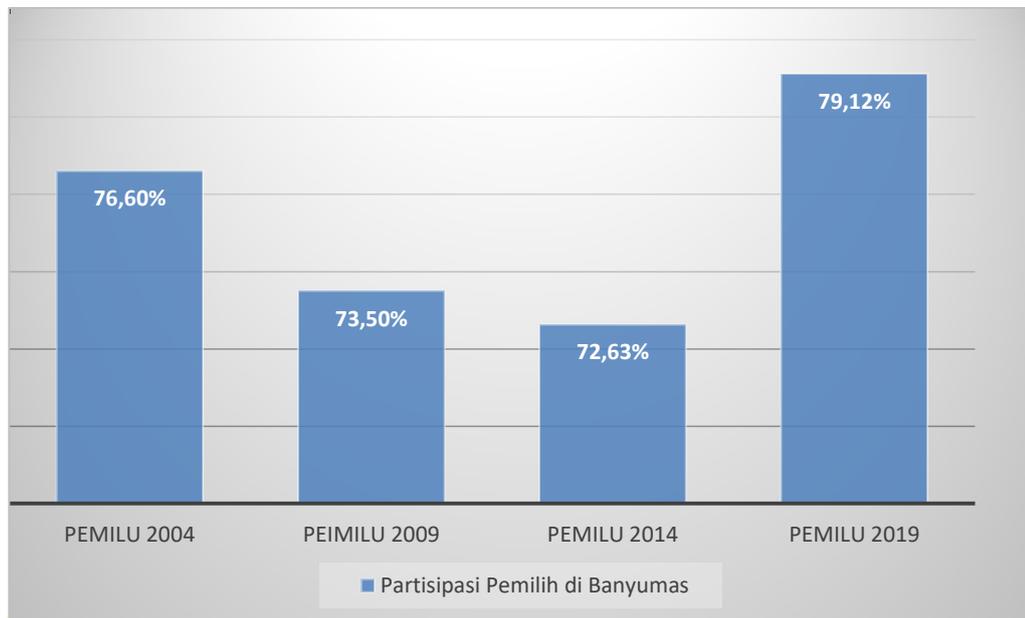
Tren penurunan tingkat partisipasi masyarakat pada pemilu secara nasional juga ditemui di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah. Dari data yang dikeluarkan oleh KPU kabupaten Banyumas tercatat partisipasi pemilih dalam pemilu terakhir meningkat banyak meskipun penurunan yang drastis tetap terjadi pada Pemilu 2009. Dari 85,55% di Tahun 2004 menjadi 70,19% untuk pemilihan legislatif Tahun 2009 dan 73,50% untuk pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2009. Kemudian pada Tahun 2014 terjadi peningkatan partisipasi pemilih pada pemilihan legislative yakni menjadi 71,05% dan sedikit menurun pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden yakni menjadi 72,63%. Selanjutnya pada gelaran Pemilu Serentak Tahun 2019 mengalami peningkatan menjadi 79,12%¹⁷.

¹⁵ Diakses pada 24 Mei 2023, <https://www.unpad.ac.id/2014/03/tingkat-partisipasi-masyarakat-dalam-pemilu-terus-menurun/>.

¹⁶ Miaz, Yalvema, *Partisipasi Politik, Pola Perilaku Pemilih Pemilu Orde Baru dan Reformasi*, (UPN Press Padang, 2012).

¹⁷ KPU Dalam Angka (KPU Kabupaten Banyumas) diakses 12 Mei 2023 <https://kab-banyumas.kpu.go.id/page/read/36/pemilu-dalam-angka-kpu-banyumas>.

Table 3 Partisipasi Pemilih di Banyumas



Meningkatnya angka partisipasi masyarakat pada Pemilu 2019 seperti yang dikatakan oleh Ketua KPU kabupaten banyumas Imam Arif Setiadi, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam memilih pada Pemilu 2019 di Kabupaten Banyumas karena meningkatnya kesadaran masyarakat untuk menyuarkan hak pilihnya¹⁸.

Anggota KPU kabupaten banyumas Yasum Surya Mentari juga mengatakan, meningkatnya kesadaran masyarakat dalam memilih merupakan upaya bersama dalam memberikan sosialisasi dan pendidikan politik kepada pemilih¹⁹.

Dari data tersebut bisa dilihat bahwa KPU dan KPU kabupaten banyumas mempunyai peran dan tugas penting dalam suksesi pemilu khususnya di wilayah Kabupaten Banyumas. Keterlibatan masyarakat dalam menyuarkan hak pilihnya harus dimaksimalkan meskipun tinggi rendahnya partisipasi pemilu secara hukum tidak berdampak pada batalnya pemilu namun secara prinsip sebagai negara

¹⁸ Wawancara dengan Ketua KPU Kabupaten Banyumas Periode 2018-2023, Imam Arif Setiadi, di Kantor KPU Kabupaten Banyumas, Jumat, 19 Mei 2023.

¹⁹ Wawancara dengan Anggota KPU Kabupaten Banyumas Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM, Yasum Surya Mentari, S.IP, Jumat, 19 Mei 2023.

demokrasi rendahnya partisipasi masyarakat dan keterlibatan masyarakat dalam pemilu menandakan tingkat kepercayaan yang rendah terhadap pemerintah.

Meskipun begitu tugas melibatkan masyarakat banyumas dalam pemilu bukan hanya tugas KPU Kabupaten Banyumas semata namun juga tugas setiap elemen masyarakat untuk ikut andil dan berperan dalam pemilu. Partai politik, organisasi kemasyarakatan, tokoh agama, tokoh adat dan *stakeholder* mempunyai tanggung jawab yang sama dalam menjalankan demokrasi melalui suksesi pemilu. Seperti yang diungkapkan oleh Yasum bahwa KPU kabupaten banyumas menggandeng seluruh lapisan masyarakat untuk terlibat aktif dalam memilih²⁰.

Banyaknya elemen masyarakat yang ada harus juga distimulus oleh KPU kabupaten banyumas sebagai pionir-pionir dalam mensukseskan pemilu melalui upaya peningkatan partisipasi masyarakat dalam pemilu. Hal ini tentu saja membutuhkan komunikasi yang baik yang harus dibangun dan dilakukan oleh KPU kabupaten bayumas untuk menggerakkan berbagai potensi yang ada. Pada posisi ini kemudian strategi komunikasi dapat memaksimalkan dukungan elemen masyarakat tersebut untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

Komunikasi selain sebagai kebutuhan pokok individu, juga menjadi kebutuhan pokok bagi sekelompok orang, baik itu organisasi, lembaga, maupun perusahaan seperti KPU kabupaten banyumas. Dengan adanya komunikasi yang baik ke dalam maupun keluar akan berpengaruh besar terhadap optimalisasi kinerja dalam suatu kelompok tersebut. Tanpa adanya komunikasi yang baik dapat menyebabkan konflik yang berujung pada kerjasama yang tidak optimal²¹.

Sehubungan dengan tanggungjawab dan tugas KPU kabupaten banyumas sebagai penyelenggara teknis. Tentunya ini menjadi evaluasi tersendiri, dimana strategi yang digunakan oleh KPU kabupaten banyumas setelah pemilu 2004 hingga sekarang cukup baik. Sehingga komunikasi menjadi faktor penting bagi KPU kabupaten banyumas untuk terus meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan umum.

²⁰ Wawancara dengan Anggota KPU Kabupaten Banyumas Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM, Yasum Surya Mentari, S.IP, Jumat, 19 Mei 2023.

²¹ Riinawati, *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi* (Banjarmasin: UIN Antasari, 2019), 27.

Faktor pendukung keberhasilan pemilu tidak hanya melalui komunikasi yang baik saja, tetapi juga harus dibarengi dengan strategi yang baik, agar pesan yang ingin disampaikan tidak hanya bisa diterima, tetapi juga memiliki tingkat efektifitas. Strategi komunikasi sebagaimana dikemukakan J.L Thompson bahwa strategi komunikasi merupakan cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.²² Mintberg berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan lima hal: 1) strategi sebagai sebuah rencana, 2) strategi sebagai sebuah cara, 3) strategi sebagai sebuah pola, 4) strategi sebagai sebuah posisi dan, 5) strategi sebagai sebuah perspektif. Dari pengertian tersebut perlu adanya strategi komunikasi yang digunakan. Karena strategi komunikasi merupakan salah satu faktor yang menunjang suksesnya partisipasi pemilih pada pemilihan umum.

Strategi komunikasi mampu membuat masyarakat lebih mudah untuk memahami pesan yang disampaikan, sehingga pesan tersebut bisa diterima oleh komunikan sehingga dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi. Karena masyarakat Indonesia secara umum dan Banyumas secara khusus yang heterogen, baik dari suku, ras, dan agamanya maka komunikasi yang baik saja tidak bisa dijadikan patokan dalam merubah pola perilaku dan sikap masyarakat. Dimana dari berbagai perbedaan itu memiliki cara tersendiri dalam merespon sebuah informasi. Sehingga strategi komunikasi menjadi sangat penting digunakan untuk terus meningkatkan kinerja KPU dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu.

Seperti yang diungkapkan oleh Yasum, dalam melaksanakan program sosialisasi KPU kabupaten banyumas selalu melihat segmen pemilih yang strategis untuk dilakukan sosialisasi sehingga informasi yang disampaikan mudah dipahami oleh masyarakat²³. Hal ini tentu saja sejalan dengan salah satu strategi komunikasi yakni mengenali khalayak sebagai langkah awal yang dilakukan komunikator agar komunikasi berjalan dengan efektif.

²² Sandra Oliver, *Strategi Public Reallion, terj* (London: Erlangga, 2007), hal 2.

²³ Wawancara dengan Anggota KPU Kabupaten Banyumas Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM, Yasum Surya Mentari, S.IP, Jumat, 19 Mei 2023.

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfian Muhazir dkk²⁴ menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan KPU kabupaten banyumas berlasngsung efektif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa KPU kabupaten banyumas berhasil memanfaatkan 3 area utama dalam strategi komunikasi yakni pengetahuan situasional, penentuan tujuan dan kompetensi komunikasi. Melalui strategi komunikasi yang tepat ini, warga masyarakat akan lebih terbuka dan memahami tentang pentingnya peran mereka dalam menentukan nasib bangsa. Cara-cara tersebut tidak lepas dari strategi yang digunakan, baik dalam sosialisasi pemilu maupaun dalam hal akses bagi masyarakat agar lebih mudah untuk melakukan pencoblosan.

Dari penjelasan di atas maka penting bagi KPU kabupaten banyumas menggunakan strategi komunikasi untuk mesukseskan pemilu melalui peningkatan partisipasi masyarakat dalam pemilu. Berdasarkan hal ini perlu dilakukan penelitian dengan judul **“strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong pemilu 2024 di kabupaten banyumas”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong pemilu 2024 di kabupaten banyumas?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan Teoritis

Secara teoritis tujuan penelitian ini yaitu menciptakan karya ilmiah yang diharapkan bisa dimanfaatkan oleh masyarakat dan berbagai pihak. Mampu menjadi kajian baru pada program studi komunikasi dan penyiaran

²⁴ Alfian Muhazir dkk, *Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Banyumas dalam Sosialisasi Pilkada 2018 dan Pemilu 2019 kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah*, Jurnal Ilmu Komunikasi Progressio, Vol. 3 No.1, Maret 2022.

islam serta memberikan sumbangsih terhadap ilmu komunikasi sebagai pembaharuan keilmuan secara umum, khususnya dalam bidang strategi komunikasi.

2. Tujuan Praktis

Secara praktis tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong pemilu 2024 di kabupaten banyumas.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini memiliki manfaat untuk menambah wawasan pengetahuan keilmuan komunikasi mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh lembaga pemerintah. Serta menjadi sarana untuk mengembangkan pemikiran dan mengkaji lebih dalam bidang strategi komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, secara praktis dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi KPU Kabupaten Banyumas dalam menyusun program dan kegiatan yang berorientasi pada peningkatan partisipasi pemilih dalam pemilu.

E. Batasan Penelitian

Penelitian tentang “strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong pemilu 2024 di kabupaten banyumas” dibatasi hanya pada tahap perencanaan strategi komunikasi KPU kabupaten banyumas dalam meningkatkan partisipasi pemilih Pemilu 2024.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan suatu susunan atau urutan dari penulisan penelitian untuk memudahkan dalam memahami isi penelitian. Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab.

Bab I. Pendahuluan. Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, Batasan Penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II. Dalam penelitian ini berisi kajian teori tentang pembahasan teori-teori untuk menunjang serta memperkuat penelitian penulis yang meliputi pembahasan tentang Strategi Komunikasi, Partisipasi dan Pemilu 2024. Selain itu juga berisi Kajian Pustaka dan Kerangka Berpikir.

Bab III. Metode penelitian, berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Subyek dan Obyek penelitian, sumber data penelitian, Teknik pengumpulan data, dan Analisis data.

Bab IV. Hasil penelitian; berupa gambaran umum tentang KPU Kabupaten Banyumas baik dalam segi sejarah, lokasi tempat, struktur kepengurusan, dan penyajian data, analisis data, dan pembahasan strategi komunikasi KPU Kabupaten Banyumas dalam meningkatkan partisipasi pemilih Menyongsong Pemilu 2024.

Bab V. Kesimpulan; berupa kesimpulan, saran-saran, dan penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi Komunikasi dan Partisipasi Politik

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi tersusun dari dua suku kata, yaitu kata strategi dan komunikasi. Dua kata tersebut memiliki definisinya masing-masing sehingga untuk memudahkan dalam memahaminya, peneliti membagi pengertian tersebut menjadi tiga pengertian, pertama tentang strategi, kedua tentang komunikasi, dan ketiga tentang strategi komunikasi.

a. Strategi

Kata strategi secara etimologi berasal dari bahasa latin, yaitu ‘strategia’ yang berarti seni penggunaan rencana untuk mencapai tujuan. Secara umum strategi adalah alat, rencana, atau metode yang digunakan untuk menyelesaikan suatu tugas. Menurut Ismail Solihin, kata strategi berasal dari bahasa Yunani “*Strategos*” yang berasal dari “*Stratos*” yang berarti militer dan “*ag*” yang berarti memimpin. Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang.¹

Strategi dalam kamus besar bahasa indonesia adalah ilmu dan seni menggunakan sumber daya atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran.² Istilah strategi dapat berarti ilmu tentang perencanaan dan pengarahan operasi militer secara besar-besaran. Selain itu dikenal juga dengan kemampuan yang terampil dalam menangani dan merencanakan sesuatu. Sedangkan menurut Ricky W. Griffin, *strategy is comprehensive plan for accomplishing an organization’s goal* (strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi).³

¹ Ahmad, *Manajemen Strategi* (makasar: Cv Nas Media Pustaka, 2020), 1-2.

² Dendy Sugono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1529.

³ Fahrurrozi, *Model-model Dakwah di Era Kontemporer* (Mataram: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Islam Negeri Mataram, 2017)

Strategi juga dapat diartikan sebagai *a plan method or series of activities designet to achives a particular educational goal*, dengan kata lain strategi dapat diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan tertentu.⁴

Sedangkan pengertian strategi secara istilah atau terminologi beberapa pakar memiliki definisinya masing-masing, beberapa pengertian strategi secara istilah berikut diantaranya; *pertama*, Strategi pada hakikatnya adalah sebuah perencanaan manajemen untuk mencapai tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberikan arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.⁵ *Kedua*, strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama sumber daya dan lingkungan secara efektif yang terbaik. Terdapat empat unsur penting dalam pengertian strategi yaitu: kemampuan, sumber daya, lingkungan dan tujuan.⁶

Pengertian strategi secara terminologi juga bisa diambil dari beberapa pengertian dari tokoh-tokoh besar di dunia, adapun beberapa pengertian strategi menurut para tokoh atau pakar yaitu;

1) Pearce dan Robinson

Menurut Pearce dan Robinson strategi adalah rencana main suatu perusahaan. Strategi mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan dan dimana ia harus bersaing menghadapi lawan dan dengan maksud dan tujuan untuk apa.

2) Anthony dan Govindrajan

Menurut mereka menerangkan bahwa perencanaan strategi merupakan suatu proses manajemen yang sistematis yang didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan atas program-program yang akan

⁴ Ahmad, *Manajemen Strategi* (makasar: Cv Nas Media Pustaka, 2020), 2.

⁵ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Posdakarya, Cet. 1, 1992), 32.

⁶ Imam Mulyana, *Mengupas Konsep Strategi, Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Posdakarya, 1992), 32.

dilaksanakan oleh organisasi dan perkiraan sumber daya yang akan dialokasikan dalam setiap program selama beberapa tahun mendatang.

3) Lynch

Strategi menurut Lynch merupakan pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan utama atau kebijakan perusahaan dengan rangkaian tindakan dalam sebuah pernyataan yang saling mengikat. Strategi perusahaan biasanya berkaitan dengan prinsip-prinsip secara umum untuk mencapai misi yang dicangkan perusahaan.

4) Morrisey

Menurut Morrisey strategi adalah proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa, dan pasarnya di masa depan.⁷

5) Stephanie K. Marrus

Menurut Stephanie K. Marrus strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.⁸

Untuk mengetahui lebih dalam makna strategi harus dipahami terlebih dahulu strategi dasar dalam hal kelebihan dan kekurangannya. Strategi dasar setiap usaha meliputi empat masalah masing-masing yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengidentifikasian dan penetapan spesifikasi dan kualifikasi hasil yang harus dicapai dan menjadi sasaran usaha tersebut dengan mempertimbangan aspirasi masyarakat yang memerlukannya;
- 2) Pertimbangan dan pemilihan pendekatan utama yang ampuh untuk mencapai sasaran;
- 3) Pertimbangan dan penetapan langkah-langkah yang ditempuh sejak awal sampai akhir.

⁷ Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 34.

⁸ Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi*..... 16.

- 4) Pertimbangan dan penetapan tolak ukur dan ukuran baku yang akan digunakan untuk menilai keberhasilan usaha yang dilakukan.⁹

Dari kelebihan dan kekurangannya, dalam menentukan sebuah strategi perlu adanya beberapa hal harus dilakukan terlebih dahulu, yaitu perumusan strategi dan implementasi strategi, dari dua hal itu akan mengetahui bagaimana efektifitas strategi yang digunakan, mengenai tingkat keberhasilan, kelemahan, dan kekuatan dari strategi yang telah dibuat.

1) Perumusan Strategi

Perumusan satrategi adalah pengembangan jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan/organisasi, menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan.

a) Misi

Misi organisasi adalah tujuan atau alasan mengapa organisasi hidup. Pernyataan misi yang disusun mendefinisikan dengan baik tujuan mendasar dan unik yang membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Dan mengidentifikasi jangka operasi perusahaan dalam produk yang ditawarkan dan pasar yang dilayani. Misi mengembangkan harapan pada karyawan dan mengkomunikasikan pandangan umum untuk kelompok pemegang saham dan kelompok pemegang kerja perusahaan.

b) Tujuan

Tujuan adalah hasil akhir aktivitas perencanaan. Tujuan merumuskan apa yang akan diselesaikan dan kapan akan diselesaikan, dan sebaliknya diukur jika memungkinkan. Pencapaian tujuan perusahaan merupakan hasil dari penyelesaian misi.

⁹ Ahmad, *Manajemen Strategi* (makasar: Cv Nas Media Pustaka, 2020), 2.

c) Strategis

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing.

d) Kebijakan

Aliran dari strategi, kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan. Kebijakan juga merupakan pedoman luas yang menggabungkan perumusan strategis dan implementasi. Kebijakan perusahaan merupakan pedoman luas untuk devisi guna mengikuti strategi perusahaan. Kebijakan-kebijakan tersebut diinterpretasikan dan diimplementasikan melalui strategi dan tujuan devisi masing-masing. Devisi-devisi kemudian akan mengembangkan kebijakannya sendiri, yang akan menjadi pedoman bagi wilayah fungsionalnya untuk diikuti.¹⁰

2) Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses tersebut mungkin meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau manajemen dari organisasi secara keseluruhan. Kecuali ketika diperlukan perubahan secara khusus dengan pertimbangan dari manajemen puncak. Adapaun bagian dari implementasi strategi adalah:

a) Program

Program adalah pernyataan aktivitas atau langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan sekali pakai.

¹⁰ Indra Munchlis Adnan dan Sufian Hamim, *Manajemen Strategi Dalam Organisasi* (Yogyakarta: Trussmedia Grafika, 2013), 31.

Program melibatkan restrukturisasi perusahaan, perubahan budaya internal perusahaan, atau awal dari suatu usaha penelitian baru.

b) Anggaran

Anggaran adalah program yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, setiap program akan dinyatakan secara rinci dalam biaya, yang dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan.

c) Prosedur

Prosedur, kadang-kadang disebut *standard operating procedures* (SOP). Prosedur adalah sistem atau langkah-langkah atau teknik-teknik yang berurutan yang menggambarkan secara rinci bagaimana suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan. Prosedur secara khusus merinci berbagai aktivitas yang harus dikerjakan untuk menyelesaikan program-program perusahaan.

d) Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi dan pengendalian adalah proses yang dilakukan melalui aktivitas-aktivitas perusahaan dan hasil kinerja dimonitor dan kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang digunakan. Evaluasi dan pengendalian merupakan bagian elemen dari implementasi strategi yang dapat menunjukan secara tepat kelemahan-kelemahan dalam implementasi program, masalah prosedur strategis sebelumnya dan mendorong proses keseluruhan untuk memulai kembali.¹¹

Menurut Thomas dan David, ada beberapa macam strategi yang bisa digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk menghadapi permasalahan-permasalahan sebagai solusi yang dihadapi. Dengan strategi ini akan mampu membantu perusahaan/organisasi untuk bersaing dalam memproduksi produk atau jasa yang sangat dibutuhkan. Adapun salah satu dari strategi tersebut yaitu strategi generik glueck. Glueck

¹¹ Indra Munchlis Adnan dan Sufian Hamim, *Manajemen Strategi Dalam Organisasi* (Yogyakarta: Trussmedia Grafika, 2013), 36.

meyakini bahwa strategi perusahaan pada dasarnya dapat dikategorikan kedalam empat strategi generik, yaitu: strategi stabilitas, strategi ekspansi, strategi penciutan, dan strategi kombinasi.

1) Strategi Stabilitas

Pada prinsipnya, strategi ini menekankan pada tidak bertambahnya produk, pasar dan fungsi-fungsi perusahaan karena berusaha untuk meningkatkan efisiensi di segala bidang dalam rangka meningkatkan kinerja dan keuntungan. Strategi ini relatif rendah resiko dan biasanya dilakukan untuk produk yang tengah berada pada posisi matang/dewasa (*maturity*).

2) Strategi Ekspansi

Strategi ekspansi menekankan pada penambahan atau perluasan produk, pasar dan fungsi dalam perusahaan sehingga aktivitas perusahaan meningkat. Tetapi selain keuntungan yang ingin diraih lebih besar, strategi ini juga mengandung resiko kegagalan yang tidak kecil.

3) Strategi Penciutan

Strategi penciutan dimaksudkan untuk melakukan pengurangan pasar maupun fungsi-fungsi dalam perusahaan yang memiliki aliran keuangan negatif. Biasanya strategi ini diterapkan pada perusahaan yang berada pada tahap menurun.

4) Strategi Kominasi

Strategi ini merupakan kombinasi dari strategi stabilitas, strategi ekspansi dan strategi penciutan. Adanya berbagai perubahan eksternal seringkali hadir secara tidak seragam (dan bahkan terkadang sulit diduga) terhadap berbagai lini produk yang dihasilkan suatu perusahaan seperti daur hidup produk yang tidak seragam. Maka perusahaan tersebut dapat saja melakukan kombinasi atas ketiga jenis strategi di atas secara bersama.¹²

¹² Murpin Joshua Sembiring dan Didin Fatihudin, *Manajmen Strategi Dari Teori Ke Praktek* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020), 165-167.

b. Komunikasi

Pengertian Komunikasi secara bahasa berasal dari bahasa latin “*communicare*” yang berarti memberi, mengambil atau meneruskan sehingga terjadi sesuatu yang umum, sama atau saling memahami.¹³ Selain itu kata atau istilah komunikasi juga diambil dari bahasa inggris “*communicatus*” yang berarti “berbagi” atau “menjadi milik bersama”. Menurut *Webster New Collogiate Dictionary* dijelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.¹⁴

Komunikasi memiliki dua pengertian berdasarkan katanya yaitu komunikasi sebagai kata kerja dan komunikasi sebagai kata benda.¹⁵ Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa inggris, *communicate* berarti :

- 1) Untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan dan informasi
- 2) Untuk menjadikan paham (tahu)
- 3) Untuk membuat sama, dan
- 4) Untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik.

Sedangkan dalam kata benda (*noun*) *communication* berarti :

- 1) Pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama dan informasi
- 2) Proses pertukaran diantara individu-individu melalui sistem simbol-simbol yang sama
- 3) Seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan, dan
- 4) Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi.

Secara istilah sebagaimana dikemukakan menurut para ahli atau pakar komunikasi memiliki pandangannya masing-masing, menurut Carl I. Hovland komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang

¹³ Eddy Sanusi Silitonga, *Strategi Komunikasi Dalam Bisnis* (Jakarta: Cipta Media Nusantara, 2020),1.

¹⁴ Sitti Riskina Mas & Ikhfan Kharis, *Komunikasi Dalam Organisasi; Teori dan Aplikasi* (Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo Press, 2020), 7.

¹⁵ Nuroni Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jogjakrta: Ar-Ruzz Media, Cet. 2, 2012), 55-56.

(komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate).¹⁶ Dalam pengertian lain menurut Raymond S. Ross komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyeting, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.¹⁷

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Dengan akibat atau hasil apa? (*who? Say what? In which channel? To whom? With what effect*).¹⁸

Berikut beberapa pengertian komunikasi menurut para pakar atau tokoh diantaranya:

1) Charles Choley

Komunikasi adalah mekanisme yang menimbulkan pengetahuan dan berkembangnya hubungan manusia, semua lambang pikiran bersama, saran untuk menyiarkannya dalam ruang dan merekam dalam waktu. Mekanisme ini mencakup ekspresi wajah, gerak-gerik, suara, kata-kata, tulisan, percetakan, kereta api, telegram, telpon, dan sebagainya yang merupakan penemuan untuk menguasai ruang dan waktu.

2) Rogers dan Schomaker

Komunikasi adalah proses yang di dalamnya semua partisipasi atau pihak-pihak yang berkomunikasi saling menciptakan, membagi, menyampaikan, dan bertukar informasi antara satu dan lainnya dalam rangka mencapai pengertian bersama.

3) Onong Uchyana Effendy

27. ¹⁶ Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Graha Pena Jakarta, 2017),

28. ¹⁷ Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Graha Pena Jakarta, 2017),

¹⁸ Nuroni Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 55

Dalam bukunya, komunikasi teori dan praktik, mengatakan bahwa komunikasi adalah proses penyimpanan pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan.

4) Miller

Komunikasi merupakan centro of interest yang ada dalam situasi perilaku manusia yang memungkinkan suatu sumber secara sadar menghilangkan pesan kepada penerima dengan tujuan memengaruhi perilaku tertentu.

5) Ruben dan Stewart

Komunikasi merupakan proses yang menjadi dasar pertama memahami hakikat manusia. Dikatakan sebagai proses karena ada aktifitas yang melibatkan peranan banyak elemen atau tahapan yang meskipun terpisah-pisah, tahapan ini saling berkaitan sepanjang waktu. contoh. dalam satu percakapan yang sederhana selalu ada langkah, seperti penciptaan pesan. Pengiriman, penerimaan, dan interpretasi terhadap pesan.¹⁹

Adapun bentuk-bentuk komunikasi secara spesifik menguraikan beberapa jenis komunikasi yang secara umum terdapat dalam proses komunikasi. Bentuk-bentuk komunikasi meliputi komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi transedental, komunikasi kelompok dan komunikasi massa.

1) Komunikasi intrapersonal

Komunikasi intrapribadi atau komunikasi intrapersonal adalah proses penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi dalam diri komunikator, antara diri sendiri. Komunikasi intrapersonal merupakan keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam pemerosesan simbolis dari pesan-pesan yang diproduksi melalui proses pemikiran internal individu. Dalam komunikasi intrapersonal seorang individu

¹⁹ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 50-51.

menjadi pengirim sekaligus penerima pesan, memberikan umpan balik pada dirinya sendiri pada proses internal yang berkelanjutan.²⁰

2) Komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain (pihak lain). Komunikasi menurut mulyana diartikan sebagai komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.²¹

3) Komunikasi transendental

Komunikasi transendental secara luas dapat diartikan sebagai proses komunikasi antara manusia dengan sang penciptanya, yaitu Tuhan yang maha Esa. Komunikasi jenis ini dapat berupa aktivitas yang berkaitan dengan hubungan antar manusia dan sang Khalik, misalnya shalat, dan berbagai bentuk permohonan doa yang dipanjatkan manusia kepada Tuhan.²²

4) Komunikasi kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya. Michael Burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota yang lain secara tepat.²³

5) Komunikasi massa

Definisi komunikasi massa berubah sangat pesat sejak ditemukannya era komunikasi digital. Sebelum adanya komunikasi digital, pengertian komunikasi massa sangat sederhana, kini definisinya

²⁰ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*.... 102

²¹ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*.... 110

²² Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*.... 133

²³ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*.... 135

semakin kompleks. Komunikasi massa adalah proses komunikasi dengan menggunakan media massa. Joseph R. Dominick mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses yang di dalamnya suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar.²⁴

c. Strategi Komunikasi

Berangkat dari pengertian diatas tentang strategi dan komunikasi, maka strategi komunikasi bisa disimpulkan sebagai sebuah cara yang ditempuh untuk memberikan pesan kepada komunikator. Sedangkan pengertian lain tentang strategi komunikasi sebagaimana yang kemukakan J.L Thompson bahwa strategi komunikasi merupakan cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.²⁵ Strategi komunikasi pada dasarnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) guna mencapai tujuan.²⁶ Untuk mencapai suatu tujuan komunikasi, strategi komunikasi memiliki peran penting dalam mewujudkan tujuan tersebut. Oleh karena itu, berdasarkan gambaran secara teori di atas komunikator harus mampu menciptakan taktik komunikasi terlebih dahulu, supaya pesan yang ingin disampaikan mampu mencapai sasaran komunikasi yang diinginkan. Untuk memudahkan komunikator dalam menyampaikan pesannya, maka harus memahami terlebih dahulu apa saja yang harus dilakukan sebelum melakukan sebuah proses komunikasi, adapun hal tersebut yaitu 1), mengetahui tentang langkah-langkah strategi komunikasi, 2) mengetahui tahapan penyusunan strategi komunikasi, dan 3) memahami tujuan strategi komunikasi.

1) Langkah-langkah Strategi Komunikasi

²⁴ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi...* 144.

²⁵ Sandra Oliver, *Strategi Public Realtion*, terj (London: Erlangga, 2007), 2.

²⁶ Ariswati, *Strategi Komunikasi Yang Efektif: Communication For Behavioral Impact (COMBI) Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue* (Banda Aceh: Syiah Kuala University Pres, 2021), 5.

Berdasarkan pendapat Anwar Arifin, ada dua langkah penting yang diperlukan untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu:

- a) Mengenal Khalayak Penerima Pesan. Hal ini adalah tahap awal bagi komunikator supaya komunikasi yang dilakukan berjalan efektif. Pengenalan terhadap karakteristik khalayak penerima pesan membuat komunikator dapat mengemas pesan sesuai hal-hal yang disukai segmen khalayak tertentu.
- b) Menyusun pesan yang menarik perhatian para khalayak. Munculnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan amatlah penting agar pesan mencapai tujuan-tujuannya. Jika pesan mendapatkan perhatian khalayak, maka pesan telah memenuhi syarat primer dalam mensugesti khalayak.²⁷

Sedangkan menurut J.L Thompson strategi komunikasi dilakukan melalui delapan tahapan/ langkah, yaitu sebagai berikut:

- a) Analisa Program/Masalah

Media yang dikembangkan seharusnya merupakan bagian terpadu dari suatu program yang lebih besar, karena media adalah alat bantu dalam komunikasi program. Kegiatan awalyang harus dilakukan sebelum sampai kepada pengembangan media adalah menganalisa konteks program. Dipelajari dengan sekam media-media yang akan dikembangkan nantinya, seharusnya merupakan alat bantu bagi sebagian dari permasalahannya yang akan dipecahkan.

Dalam tahap ini, isu-isu dan masalah-masalah yang ingin dipecahkan oleh program, dipelajari dengan seksama. Media yang akan dikembangkan nantinya harus menjadi alat bantu untuk memecahkan sebuah permasalahan.

- b) Analisa Situasi

²⁷ Ariswati, *Strategi Komunikasi Yang Efektif: Communication For Behavioral Impact (COMBI) Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue*, 6.

Media-media yang dikembangkan, tidak dapat berlaku umum untuk semua tempat, semua orang, dan setiap waktu, program biasanya memiliki wilayah layanan tertentu sebagai fokus utama program, dalam memecahkan permasalahan. Karenanya media-media yang akan dikembangkan, haruslah ditunjukkan kepada wilayah layanan program ini agar media-media ini dapat tepat guna dan di terima oleh kelompok sasaran yang dilayani oleh program, maka media-media haruslah dikembangkan sesuai karakteristik wilayah layanan program. Analisa situasi diperlukan untuk memperoleh data-data mengenai wilayah program,sehubungan dengan kebutuhan kegiatan komunikasi. Analisa situasi diperlukan dalam satu tahapan/langkah strategi komunikasi, hal ini bertujuan untuk memperoleh data-data mengenai wilayah program, sehubungan dengan kegiatan komunikasi. Tujuannya agar media-media dapat tepat guna dan diterima oleh kelompok sasaran yang dilayani oleh program.

c) Analisa Khalyak

Tujuan program untuk memecahkan masalah tertentu pada wilayah tertentu, haruslah memperhatikan karakteristik kelompok sasaran. Komunikasi yang dilakukan oleh program bertujuan untuk mempersempit atau bahkan meniadakan kesenjangan-kesenjangan informasi, pengetahuan, sikap atau prilaku. Data-data mengenai kondisi awal kelompok sasaran dalam hal kesenjangan informasi, pengetahuan, sikap dan prilaku merupakan modal awal dalam menentukan strategi komunikasi. Tanpa data ini, program tidak pernah tahu seberapa besar perubahan yang terjadi nantinya. Dengan adanya analisis khalayak, komunikator mampu mengetahui karakteristik kelompok sasaran. Sehingga mampu untuk mempersempit bahkan meniadakan kesenjangan-kesenjangan informasi, pengetahuan, sikap atau pun prilaku sasaran komunikasi.

d) Strategi Komunikasi

Tujuan komunikasi yang telah ditentukan oleh program, biasanya masih terlalu besar untuk dapat dituangkan ke dalam media. Suatu program dapat memiliki beberapa tujuan komunikasi. Seringkali untuk mencapai suatu tujuan komunikasi diperlukan beberapa media yang saling melengkapi dan saling menguatkan. Karena program harus memikirkan strategi komunikasi yang akan digunakan dalam mencapai tujuan komunikasi. Dengan demikian strategi komunikasi merupakan suatu cara yang akan digunakan dalam mencapai tujuan komunikasi. Hal ini karena tujuan komunikasi dapat dituangkan kedalam satu media saja, sehingga perlu adanya strategi yang dilakukan.

e) Perencanaan Kegiatan dan Pengembangan

Program memiliki kepentingan atas terpenuhinya jadwal penyelesaian pekerjaan, karena tujuan yang ingin dicapai oleh program juga memiliki target waktu. Dengan adanya strategi komunikasi, pelaksana program akan dengan mudah melakukan perencanaan kegiatan pengembangan media. Apabila media-media komunikasi dibutuhkan pada saat yang bersamaan atau pun berdekatan, program harus yakin bahwa kegiatan pengembangan media dapat selesai pada saat yang telah dijadwalkan. Perencanaan kegiatan dan pengembangan harus dilakukan agar strategi komunikasi yang dilakukan bertambah nilai efektifitasnya, sehingga mampu mencapai tujuan komunikasi dengan lebih baik lagi.

f) Produksi dan Uji Coba

Pengembangan media sebagai kegiatan teknis, harus dilakukan berdasarkan kepada acuan-acuan yang telah dikembangkan sebelumnya. Dalam tahap ini, semua hasil kegiatan pada tahap sebelumnya, dibutuhkan untuk pengembangan media. Produksi dan uji coba media adalah tahapan dimana suatu media dikembangkan mulai dari pengembangan pesan-pesan utama, pengembangan

naskah, pengembangan visualisasi, penataan letak, uji coba pencetakan dan penggandaan media dilakukan di dalamnya.

Media yang telah selesai dikembangkan, akan sia-sia jika tidak digunakan sesuai dengan tujuan pengembangannya dan strategi komunikasi yang telah dikembangkan. Program harus dapat menjamin bahwa media yang telah dikembangkan digunakan sebagai peruntukannya, apabila menginginkan tercapainya tujuan komunikasi. Pengguna media biasanya bukanlah orang-orang yang mengembangkan media. Karenanya, program perlu mengembangkan suatu panduan penggunaan media untuk menjamin berjalannya strategi komunikasi dan terjadinya komunikasi dengan menggunakan media itu sendiri.

Dengan demikian produksi dan uji coba adalah tahapan dimana suatu media yang dikembangkan tidak sia-sia. Program yang sudah dirancang dan dikembangkan harus digunakan sebagaimana peruntukannya. Dengan demikian keinginan tercapainya tujuan komunikasi dapat terjadi.

g) Monitoring

Kegiatan-kegiatan komunikasi yang dilakukan sesuai strategi komunikasi yang dikembangkan, belum tentu dapat mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan. Sedetail apapun dan secermat apapun perencanaan yang dikembangkan, selalu saja diperlukan adanya penyesuaian-penyesuaian. Untuk dapat menjamin tercapainya tujuan komunikasi, program harus melakukan pemantauan atas kegiatan-kegiatan komunikasi yang dilakukan sambil terus mengamatai perubahan-perubahan yang terjadi.

Adanya perubahan situasi, dapat saja mempengaruhi efektivitas dan efisiensi kegiatan komunikasi. Tanpa adanya mekanisme pemantuan dan pengelolaan informasi, program akan mengalami kesulitan untuk melakukan penyesuaian-penyesuaian dalam waktu singkat. Program dituntut untuk dapat mengembangkan mekanisme

pengelolaan informasi dan mekanisme pemantauan, agar penyimpangan-penyimpangan yang terjadi di lapangan dapat diketahui sesegera mungkin untuk dapat dilakukan pengambilan keputusan penyesuaian.

Dengan demikian setelah semua tahap dijalankan, maka untuk menjamin mutu dan kualitas strategi komunikasi yang digunakan tetap efektif, harus dilakukan monitoring. Hal ini bertujuan agar setiap masalah yang terjadi bisa diketahui dan diperbaiki dengan segera.

h) Evaluasi dan Analisi masalah

Evaluasi merupakan kegiatan pengukuran secara sistematis yang dilakukan oleh program, untuk menilai sejauh mana keberhasilan program dalam mencapai tujuannya. Evaluasi secara keseluruhan juga akan mencakup evaluasi terhadap kajian di bidang kegiatan komunikasi. Dalam hal ini, biasanya pertanyaan-pertanyaan evaluasi diserahkan untuk mengetahui apakah kelompok sasaran/khalayak telah terjangkau oleh program, apakah terdapat perubahan pada kelompok sasaran/khalayak (pengetahuan, sikap ataupun perilaku), sejauh mana perubahan terjadi, mengapa terjadi atau tidak terjadi perubahan dan sebagainya.

Secara alami, program tidak akan mungkin memecahkan semua masalah yang ada pada suatu kelompok sasaran disuatu wilayah dalam satu waktu. Permasalahan yang belum terpecahkan akan dikaji ulang dan dicoba diberikan jalan keluarnya. Jika permasalahan berhasil dipecahkan, akan muncul permasalahan lainnya yang menjadi penting untuk dipecahkan. Program akan bergerak maju, untuk memecahkan masalah-masalah berikutnya. Pada tahap ini, kegiatan evaluasi sebenarnya merupakan bagian

dari Analisis Program/Masalah (tahap pertama) untuk program berikutnya.²⁸

2) Tahapan Penyusunan Strategi Komunikasi

Dalam tahap penyusunan strategi komunikasi, komunikator perlu memahami tiga tahapan penyusunan, yaitu pertama berkaitan dengan pesan (*message*), kedua mengenal karakteristik khalayak (*contact point*) dan ketiga membuat program.²⁹

a) Pesan (*Message*)

Pesan adalah suatu informasi yang ingin disampaikan sebagai hasil dari ide atau gagasan untuk dijual. Ide itu menjadi dasar dari kampanye komunikasi yang dilakukan seorang komunikator. Pesan juga dapat didefinisikan sebagai gagasan, perasaan, atau pikiran yang akan di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima, pada umumnya pesan berbentuk sinyal, simbol, tanda, atau kombinasi dari semuanya dan berfungsi sebagai stimulus yang akan direspon oleh penerima.³⁰

Pesan sendiri memiliki beberapa bentuk sebagaimana diterangkan menurut A.W. Widjaya dan M. Arisyk Wahab bahwa ada tiga bentuk pesan yaitu *pertama* Informatif, yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data, kemudian komunikasi mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. *Kedua* Persuasif, yaitu bujukan, artinya membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa yang disampaikan akan mengubah sikap penerima pesan. *Ketiga* Koersif, yaitu menyampaikan pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi.³¹

²⁸ Aliyandi A. Lumbu, *Strategi Komunikasi Dakwah: Studi Masyarakat Miskin Perkotaan Dalam Peningkatan Pemahaman Ajaran Agama Islam* (Yogyakarta: CV.Gree Publishing, 2020), 19-23.

²⁹ Adji Watono & Maya C. Watono, *Integrated Marketing Communication That Sells* (Jakarta: Gramedia, 2011), 144.

³⁰ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 175.

³¹ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 182.

Dalam membuat sebuah pesan, selain memahami bentuk-bentuk pesan, komunikator juga perlu memperhatikan beberapa syarat tertentu agar pesan bisa tersampaikan yaitu *pertama*, direncanakan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan. *Kedua*, dapat menggunakan bahasa yang dapat dimengerti kedua belah pihak. *Ketiga*, menarik minat dan kebutuhan penerima serta menimbulkan kepuasan.³²

b) Mengenal Khalayak (*Contact Point*)

Menganli khalayak atau komunikasi menjadi langkah berikutnya dalam penyusunan strategi komunikasi. Karena dengan mengenali khalayak akan membuat komunikator memahami karakter dan perilaku mereka, hal tersebut menjadi faktor kunci kesuksesan sebuah kampanye komunikasi.³³ Khalayak atau komunikasi juga bisa samakan artinya dengan audiens, sasaran, receiver, decoder ataupun publik. Komunikasi adalah pihak yang menjadi sasaran/penerima pesan dalam proses komunikasi.³⁴

Komunikasi atau penerima pesan dapat digolongkan dalam tiga jenis, yaitu personal, komunikasi yang ditujukan kepada sasaran yang tunggal, bentuknya dapat berupa tukar pikiran dan sebagainya. *Kedua* kelompok, yaitu komunikasi yang ditujukan kepada kelompok tertentu, bentuk komunikasinya bisa berupa ceramah, *briefing*, indoktrinasi, penyuluhan, dan sebagainya. *Ketiga* masa, yaitu komunikasi yang ditunjukan kepada masa atau komunikasi yang menggunakan media massa.³⁵

c) Membuat program

Setelah memiliki pesan yang ingin disampaikan, juga telah memahami karakteristik khalayak, maka langkah selanjutnya

³² Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 177.

³³ Adji Watono & Maya C. Watono, *Integrated Marketing Communication That Sells* (Jakarta: Gramedia, 2011), 148.

³⁴ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 192.

³⁵ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 193-194.

adalah membuat program yang sesuai. Dimana isi pesan yang ingin disampaikan bisa disampaikan menggunakan beberapa cara diantaranya periklanan (*Advertaising*), Promosi *below the line* misalnya *event* dan *sponsorship*, *sosialisasi door to door (Personal Selling)* hingga digital marketing (sosial media).³⁶

3) Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi selain membutuhkan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran. R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya, *Techniques for Effektive Communication*, menjelaskan tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu:

a) *To Secure Understanding* (Memberikan Pemahaman)

Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah memastikan bahwa komunikan paham terhadap pesan yang ia terima.

b) *To Estabilsh Acceptance* (membimbing penerima/menentukan sikap)

Ketika komunikan sudah paham maka penerima harus mendapatkan bimbingan agar pesan bukan hanya dipahami tapi juga diterima sebagai salah satu cara yang dianggap baik.

c) *To Motivate Action To Secure Understanding* (Memberikan motivasi untuk merubah prilaku)

Setelah komunikan menerima pesan yang disampaikan komunikator, selanjutnya melakukan bimbingan agar komunikan menganggap bahwa baik pesan tersebut, sehingga komunikan akan melakukan sesuai dengan pesan yang disampaikan yang kemudian akan berujung pada perubahan pola prilaku dan sikap komunikan.³⁷

³⁶ Adji Watono & Maya C. Watono, *Integrated Marketing Communication That Sells*, 154.

³⁷ Ariswati, *Strategi Komunikasi Yang Efektif: Communication For Behavioral Impact (COMBI) Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue*, 5.

Tujuan strategi komunikasi juga mampu menjadi parameter terhadap tingkat efektifitas komunikasi. Tujuan yang jelas akan lebih meningkatkan efektifitas komunikasi, sehingga pesan yang ingin tersampaikan akan lebih mudah diterima. Adapun tujuan tersebut diukur dari lima hal, yaitu:

- a) Pemahaman. Arti pokok pemahaman adalah penerimaan yang cermat atas kandungan rangsangan seperti yang dimaksudkan oleh pengirim pesan.
 - b) Kesenangan. Tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan maksud tertentu. Komunikasi bertujuan untuk saling bertukar informasi sehingga dapat menimbulkan rasa menyenangkan. Sebagaimana disebut oleh mazhab analisis transaksional, bahwa komunikasi tidaklah sekedar berkomunikasi tetapi komunikasi merupakan hubungan timbal balik yang harus dijalin secara kooperatif untuk menimbulkan kesenangan bersama.
 - c) Mempengaruhi sikap. Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari, dan salah satu tujuan komunikasi adalah untuk mengubah sikap seseorang atau masyarakat.
 - d) Memperbaiki hubungan. Komunikasi bertujuan untuk memperbaiki hubungan.
 - e) Melakukan tindakan. Komunikasi efektif dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh komunikan.³⁸
- 4) Prinsip-prinsip Strategi Komunikasi Menurut J.L Thompson

Menurut J.L Thompson prinsip-prinsip strategi komunikasi dapat diambil sebagai saran desain pesan, membuat seperangkat pedoman yang koheren untuk membantu lembaga terkait, jurnalis, ilmuwan, dan masyarakat sehingga menghasilkan pesan yang lebih

³⁸ Syahrial Syarbaini, et.al, *Teori, Media dan Strategi Komunikasi Politik* (Jakarta: Universitas Esa Tunggal, 2021), 130.

efektif untuk meningkatkan efektifitas strategi komunikasi yang digunakan, adapun 10 prinsip tersebut yaitu:

- a) Kenali audiens Anda dan pilih pembawa pesan yang kredibel untuk audiens tersebut.
- b) Ketahui jenis klaim atau argumen apa yang Anda tegaskan dan mengapa itu sesuai untuk audiens Anda. Pimpin dengan argumen terkuat Anda atau poin paling percaya diri Anda.
- c) Hubungkan pesan Anda dengan nilai dan kepercayaan budaya; orang bereaksi terhadap tradisi, pengalaman, dan nilai bersama bukan konsep abstrak dan data ilmiah.
- d) Membuat pesan bermakna; menarik nilai-nilai yang bermakna bagi audiens Anda.
- e) Buatlah pesan yang memberdayakan; beri tahu audiens Anda tindakan spesifik apa yang dapat mereka lakukan untuk membuat perbedaan.
- f) Dorong audiens Anda untuk terlibat dalam pemikiran sistem dan bantu mereka untuk memahami keterkaitan dan interkoneksi yang dinamis.
- g) Bermitra dengan organisasi lain, pemain kunci, pemimpin, karyawan, penghibur, dan tetangga.
- h) Mulailah dari dalam—libatkan para pemimpin puncak organisasi Anda, ilhami tindakan secara internal terlebih dahulu, kemudian komunikasikan tentang hal itu.
- i) Komunikasikan tentang tindakan dan ingatlah bahwa tindakan dan peristiwa adalah cara komunikasi yang efektif.
- j) Tempatkan masalah di lokasi atau tempat tertentu.³⁹

komunikator, harus mempertimbangkan strategi ini saat mengembangkan pesan untuk meningkatkan partisipasi pemilih.

³⁹ J.L Thompson et.al, *Strategic For Communicating About Climate Change Impact on Public Lands* (Colorado State university, Journal Science Communications, Vol. 31, No. 2, 2009), 272. Diakses dari: <http://SCX.sagepub/JournalScienceCommunications.com> (diakses pada tanggal 15 juni 2023 pada pukul 19:07 WIB)

Strategi yang digunakan dapat dimulai dengan berfokus pada segmentasi audiens yang menjadi sasaran strategi komunikasi. Hal itu bisa dimulai dengan memberikan contoh yang relevan dan kontekstual sehingga dapat mendorong dan memengaruhi individu untuk melakukan perubahan positif guna melakukan tindakan yang dapat meningkatkan partisipasi pada skala lokal, regional, nasional, dan global. Untuk membuat dampak yang signifikan terhadap kesadaran dan perilaku masyarakat, lembaga komisi pemilihan umum harus menciptakan cara untuk menghubungkan orang-orang dengan komunikator dalam hal ini komisi pemilihan umum sehingga mampu untuk mengetahui segmentasi masyarakat, dengan demikian maka informasi yang disampaikan akan lebih mudah untuk diterima yang berakibat pula terhadap tingkat partisipasi masyarakat.

2. Partisipasi Politik

Partisipasi secara bahasa berasal dari bahasa Inggris yaitu dari kata “participation” yang dapat diartikan suatu kegiatan untuk membangkitkan perasaan dan diikutsertakan atau ambil bagian dalam kegiatan suatu organisasi.⁴⁰ Sehubungan dengan partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum maka partisipasi disini dapat diartikan sebagai keterlibatan aktif masyarakat atau pemilih dalam menggunakan hak pilihnya. Dalam KBBI partisipasi diartikan sebagai perihal turut berperan serta dalam suatu kegiatan, keikutsertaan, peran serta.⁴¹

Secara istilah, sebagaimana menurut Hetifah berpendapat bahwa partisipasi diartikan sebagai keterlibatan orang secara sukarela tanpa tekanan dan jauh dari pemerintah kepentingan eksternal. Dalam pengertian lainnya seperti yang dikemukakan oleh Histiraludin menyatakan bahwa partisipasi lebih pada alat sehingga dimaknai partisipasi sebagai keterlibatan

⁴⁰ Teori Partisipasi: Konsep Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan. diakses pada tanggal 16 mei 2023 pukul 13.09 WIB dari: https://bappeda.bulenglengkab.go.id/informasi/detail/artikel/teori-teori_masyarakat_dalam_pembangunan.

⁴¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, diakses pada tanggal 16 mei 2023 pukul 13.09 WIB dari: <https://kbbi.web.id/partisipasi>

masyarakat secara aktif dalam keseluruhan proses kegiatan, sebagai media pertumbuhan kohesifitas antar masyarakat, masyarakat dengan pemerintah juga menggalang tumbuhnya rasa memiliki dan tanggung jawab pada program yang dilakukan.⁴²

Mikkelsen membagi partisipasi menjadi 6 (enam) pengertian, yaitu:

- a. Partisipasi adalah kontribusi sukarela dari masyarakat kepada proyek tanpa ikut serta dalam pengambilan keputusan;
- b. Partisipasi adalah “pemekaan” (membuat peka) pihak masyarakat untuk meningkatkan kemauan menerima dan kemampuan untuk menanggapi proyek-proyek pembangunan;
- c. Partisipasi adalah keterlibatan sukarela oleh masyarakat dalam perubahan yang ditentukannya sendiri;
- d. Partisipasi adalah suatu proses yang aktif, yang mengandung arti bahwa orang atau kelompok yang terkait, mengambil inisiatif dan menggunakan kebebasannya untuk melakukan hal itu;
- e. Partisipasi adalah pemantapan dialog antara masyarakat setempat dengan para staf yang melakukan persiapan, pelaksanaan, monitoring proyek, agar supaya memperoleh informasi mengenai konteks lokal, dan dampak-dampak sosial;
- f. Partisipasi adalah keterlibatan masyarakat dalam pembangunan diri, kehidupan, dan lingkungan mereka.⁴³

Dari beberapa pakar yang mengungkapkan definisi partisipasi di atas, dapat dibuat kesimpulan bahwa partisipasi adalah keterlibatan aktif dari seseorang, atau sekelompok orang (masyarakat) secara sadar untuk berkontribusi secara sukarela dalam program pembangunan dan terlibat mulai dari perencanaan, pelaksanaan, monitoring sampai pada tahap evaluasi.

⁴² Handayani dan Suci, *Perlibatan Masyarakat Marginal Dalam Perencanaan dan Penganggaran partisipasi* (Surakarta: Kompip Solo, cet-1, 2006), 40.

⁴³ Rahmawati Halim & Muhlin Lalongan, *Partisipasi Politik Masyarakat: Teori dan Praktek* (Makasar: CV Sah Media, 2016), 18.

Adapun faktor yang mempengaruhi partisipasi sebagaimana dikemukakan Angell yang dikutip oleh Saca Firmansyah menyatakan bahwa partisipasi yang tumbuh dalam masyarakat dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan seseorang dalam berpartisipasi, yaitu:

a. Usia

Faktor usia merupakan faktor yang mempengaruhi sikap seseorang terhadap kegiatan-kegiatan kemasyarakatan yang ada. Mereka dari kelompok usia menengah ke atas dengan keterikatan moral kepada nilai dan norma masyarakat yang lebih mantap, cenderung lebih banyak yang berpartisipasi daripada mereka yang dari kelompok usia lainnya.

b. Jenis kelamin

Nilai yang cukup lama dominan dalam kultur berbagai bangsa menyatakan bahwa pada dasarnya tempat perempuan adalah “di dapur” yang berarti bahwa dalam banyak masyarakat peranan perempuan yang terutama adalah mengurus rumah tangga, akan tetapi semakin lama nilai peran perempuan tersebut telah bergeser dengan adanya gerakan emansipasi dan pendidikan perempuan yang semakin baik.

c. Pendidikan

Dikatakan sebagai salah satu syarat mutlak untuk berpartisipasi. Pendidikan dianggap dapat mempengaruhi sikap hidup seseorang terhadap lingkungannya, suatu sikap yang diperlukan bagi peningkatan kesejahteraan seluruh masyarakat.

d. Pekerjaan dan penghasilan

Hal ini tidak dapat dipisahkan satu sama lain karena pekerjaan seseorang akan menentukan berapa penghasilan yang akan diperolehnya. Pekerjaan dan penghasilan yang baik dan mencukupi kebutuhan sehari-hari dapat mendorong seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan masyarakat. Pengertiannya

bahwa untuk berpartisipasi dalam suatu kegiatan, harus didukung oleh perekonomian yang mapan.

e. Lamanya tinggal

Lamanya seseorang tinggal dalam lingkungan tertentu dan pengalamannya berinteraksi dengan lingkungan tersebut akan berpengaruh pada partisipasi seseorang. Semakin lama ia tinggal dalam lingkungan tertentu, maka rasa memiliki terhadap lingkungan cenderung lebih terlihat dalam partisipasinya yang besar dalam setiap kegiatan lingkungan tersebut.⁴⁴

Partisipasi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu partisipasi yang secara umum dibagi menjadi dua bentuk partisipasi, yaitu partisipasi masyarakat dan partisipasi politik.

Pertama, partisipasi masyarakat, partisipasi masyarakat merupakan keterlibatan anggota masyarakat dalam pembangunan dan pelaksanaan (implementasi) program atau proyek pembangunan yang dilakukan dalam masyarakat lokal. Partisipasi masyarakat memiliki ciri-ciri bersifat proaktif dan bahkan reaktif (artinya masyarakat ikut menalar baru bertindak), ada kesepakatan yang dilakukan oleh semua yang terlibat, ada tindakan yang mengisi kesepakatan tersebut, ada pembagian kewenangan dan tanggung jawab dalam kedudukan yang setara. Partisipasi masyarakat dapat diidentifikasi menjadi 7 (tujuh) tipe berdasarkan karakteristiknya;

- a. *Partisipasi pasif/manipulatif*, masyarakat berpartisipasi dengan cara diberitahu apa yang sedang atau telah terjadi; pengumuman sepihak oleh manajemen atau pelaksana proyek tanpa memperhatikan tanggapan masyarakat; informasi yang dipertukarkan terbatas pada kalangan profesional di luar kelompok sasaran.
- b. *Partisipasi dengan cara memberikan informasi*, masyarakat berpartisipasi dengan cara menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian seperti dalam kuesioner atau sejenisnya; masyarakat tidak

⁴⁴ Rahmawati Halim & Muhlin Lalongan, *Partisipasi Politik Masyarakat: Teori dan Praktek*, 21.

punya kesempatan untuk terlibat dan mempengaruhi proses penyelesaian; akurasi hasil penelitian tidak dibahas bersama masyarakat.

- c. *Partisipasi melalui konsultasi*, masyarakat berpartisipasi dengan cara berkonsultasi; orang luar mendengarkan dan membangun pandangan-pandangannya sendiri untuk kemudian mendefinisikan permasalahan dan pemecahannya, dengan memodifikasi tanggapan-tanggapan masyarakat; tidak ada peluang bagi pembuat keputusan bersama; para profesional tidak berkewajiban mengajukan pandangan-pandangan masyarakat (sebagai masukan) untuk ditindaklanjuti.
- d. *Partisipasi untuk insentif materiil*, masyarakat berpartisipasi dengan cara menyediakan sumber daya seperti tenaga kerja, demi mendapatkan makanan, upah, ganti rugi, dan sebagainya; masyarakat tidak dilibatkan dalam eksperimen atau proses pembelajarannya; masyarakat tidak mempunyai andil untuk melanjutkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada saat insentif yang disediakan/diterima habis.
- e. *Partisipasi fungsional*, masyarakat berpartisipasi dengan membentuk kelompok untuk mencapai tujuan yang berhubungan dengan proyek; pembentukan kelompok (biasanya) setelah ada keputusan-keputusan utama yang disepakati; pada awalnya, kelompok masyarakat ini bergantung pada pihak luar (fasilitator, dll) tetapi pada saatnya mampu mandiri.
- f. *Partisipasi interaktif*, masyarakat berpartisipasi dalam analisis bersama yang mengarah pada perencanaan kegiatan dan pembentukan lembaga sosial baru atau penguatan kelembagaan yang telah ada; partisipasi ini cenderung melibatkan metode inter-disiplin yang mencari keragaman perspektif dalam proses belajar yang terstruktur dan sistematis; kelompok-kelompok masyarakat mempunyai peran kontrol atas

keputusan-keputusan mereka, sehingga mereka mempunyai andil dalam seluruh penyelenggaraan kegiatan.

- g. *Self mobilization*, masyarakat berpartisipasi dengan mengambil inisiatif secara bebas (tidak dipengaruhi/ditekan pihak luar) untuk mengubah sistem-sistem atau nilai-nilai yang mereka miliki; masyarakat mengembangkan kontak dengan lembaga-lembaga lain untuk mendapatkan bantuan-bantuan teknis dan sumberdaya yang dibutuhkan; masyarakat memegang kendali atas pemanfaatan sumberdaya yang ada.

Kedua, partisipasi politik, pengertian politik secara Etimologi berasal dari bahasa Yunani *Politikos*, yang berarti dari atau yang berkaitan dengan warga negara. Dalam bahasa Inggris disebut *politic* yang berarti bijaksana, beradab, atau berakal. Jika kita lihat dari sejarah awal kemunculan kata politik, pada awalnya politik berasal dari kata *polis* yang berarti negara, kota, yaitu secara totalitas merupakan kesatuan antara negara (kota) dan masyarakatnya. Kata *polis* ini berkembang menjadi *politicos* yang artinya kewarganegaraan. Dari kata *politics* menjadi *politera* yang berarti hak-hak kewarganegaraan.⁴⁵ Politik pada dasarnya dapat dimaknai sebagai proses pembentukan, dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam negara. Pengertian ini merupakan upaya penggabungan antara berbagai definisi yang berbeda mengenai hakikat politik yang dikenal dalam ilmu politik.⁴⁶

Secara definitif ada beberapa pendapat sarjana politik, diantaranya Nimmo mengartikan politik sebagai kegiatan orang secara kolektif yang mengatur perbuatan mereka di dalam kondisi konflik sosial. Berbeda dengan David Easton dalam mendefinisikan politik sebagai berikut: “*Political as a process those developmental processes through which person acquire political orientation and patterns of behavior*” dalam definisi ini David Easton menitikberatkan bahwa politik itu sebagai suatu proses di mana dalam perkembangan proses tersebut seseorang menerima orientasi

⁴⁵ Syahril Syarbaini, et.al, *Teori, Media dan Strategi Komunikasi Politik*,...6.

⁴⁶ Syahril Syarbaini, et.al, *Teori, Media dan Strategi Komunikasi Politik* (Jakarta: Universitas Esa Tunggal, 2021), 160.

politik tertentu dan pola tingkah laku.⁴⁷ Di samping itu politik juga dapat ditilik dari sudut pandang yang berbeda, yaitu antara lain: *Pertama*, politik adalah usaha yang ditempuh warga negara untuk mewujudkan kebaikan bersama. *Kedua*, politik adalah hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintah dan negara. *Ketiga*, politik merupakan kegiatan yang diarahkan untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan di masyarakat. *Keempat*, politik adalah segala sesuatu tentang proses perumusan dan pelaksanaan kebijakan publik.⁴⁸

Sehingga partisipasi politik secara sederhana dapat diartikan sebagai keikutsertaan masyarakat dalam suatu kegiatan politik. Miriam Budiarmo memberikan pengertian bahwa yang dimaksud dengan partisipasi politik adalah; kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, yaitu dengan jalan memilih pimpinan negara baik secara langsung atau tidak langsung, mempengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*). Kegiatan ini mencakup seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, menghadiri rapat umum, menjadi anggota suatu partai atau kelompok kepentingan, mengadakan hubungan (*contacting*) dengan pejabat pemerintah atau anggota parlemen, dan sebagainya.⁴⁹

Partisipasi politik sangat penting dilakukan oleh masyarakat, hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Klein bahwa hak masyarakat berpartisipasi dalam politik adalah sesuatu hak yang dimiliki masyarakat untuk berusaha mempengaruhi kebijakan pemerintah. Partisipasi politik dapat dilihat dari berbagai bentuk, namun yang paling umum adalah masyarakat tidak saja hanya ikut dalam pemungutan suara pada saat pemilihan umum, namun lebih jauh lagi mereka terlibat dalam kepemimpinan partai politik. Dasar utama hak masyarakat ini dapat dilihat pada deklarasi Hak Asasi Manusia

⁴⁷ Syahril Syarbaini, et.al, *Teori, Media dan Strategi Komunikasi Politik*,....7.

⁴⁸ Syahril Syarbaini, et.al, *Teori, Media dan Strategi Komunikasi Politik*,.... 161.

⁴⁹ Ni Ketut Arniti, *Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Umum Legislatif di Kota Denpasar* (Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, Vol. 4, No. 2, 2020), 333. diakses dari : [Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Umum Legislatif di Kota Denpasar \(journal.undiknas.ac.id\)](http://journal.undiknas.ac.id) (Diakses pada tanggal 19 mei 2023, pukul 21.21. WIB.)

PBB tahun 1948, dan telah diformalkan dan dielaborasi dalam keputusan PBB. Kemudian juga dapat dilihat dalam keputusan perjanjian internasional tentang Hak Sipil dan Politik tahun 1976.⁵⁰

Verba mendefinisikan partisipasi politik dalam spektrum lebih luas dengan menghubungkan aktivitas partisipasi politik dalam pemilihan umum, dan ada beberapa yang memiliki pengaruh terhadap sistem politik. Lebih jauh dijelaskan partisipasi politik masyarakat meliputi:

- a. Keterlibatan dalam pemungutan suara
- b. Terlibat dalam kegiatan partai dan kampanye
- c. Aktivitas politik masyarakat
- d. Melakukan hubungan dalam kepengurusan partai politik
- e. Menghadiri pertemuan partai politik
- f. Menyampaikan protes/usulan politis
- g. Melakukan aktivitas komunikasi dengan partai politik.⁵¹

Sedangkan dalam permasalahan partisipasi politik, Almond an Verba mengatakan bahwa permasalahan tersebut bisa dilihat dari lima dimensi, yaitu;

- a. Pemungutan Suara
- b. Aktivitas diskusi politik
- c. Kegiatan Kampanye
- d. Aktivitas membentuk dan bergabung dengan kelompok kepentingan lain
- e. Komunikasi individu dengan pejabat politik.⁵²

2. Komisi Pemilihan Umum (KPU)

Pengertian KPU sebagaimana yang tercantum dalam Undang-undang No 7 Tahun 2017 adalah Komisi Pemilihan Umum yang selanjutnya disingkat KPU merupakan lembaga penyelenggara pemilu yang bersifat

⁵⁰ Rahmawati Halim & Muhlin Lalongan, *Partisipasi Politik Masyarakat: Teori dan Praktek* (Makasar: CV Sah Media, 2016), 12.

⁵¹ Rahmawati Halim & Muhlin Lalongan, *Partisipasi Politik Masyarakat: Teori dan Praktek*, 16.

⁵² Rahmawati Halim & Muhlin Lalongan, *Partisipasi Politik Masyarakat: Teori dan Praktek*, 16.

tetap, dan mandiri dalam melaksanakan pemilu.⁵³ Dalam artian sebagai lembaga yang bertanggungjawab terhadap jalannya penyelenggaraan pemilu, baik secara administratif maupun prasarana terkait pemilu.

KPU terbentuk karena adanya tuntutan pembentukan penyelenggara pemilu yang bersifat mandiri dan bebas dari kooptasi penguasa yang semakin menguat. Untuk itulah, pada tahun 1999 di bentuk sebuah lembaga penyelenggara pemilu yang bersifat independen yang diberi nama komisi pemilihan umum (KPU). Hal ini di maksudkan untuk meminimalisasi campur tangan penguasa dalam pelaksanaan pemilu mengingat penyelenggara pemilu sebelumnya, yakni lembaga pemilihan umum (LPU), merupakan bagian dari kementerian dalam negeri (sebelumnya departemen dalam negeri).

Setelah revolusi kemerdekaan pada tanggal 7 november 1953 presiden Soekarno menandatangani keputusan presiden nomor 188 tahun 1955 tentang pengangkatan panitia pemilihan indonesia (PPI) panitia inilah yang bertugas menyiapkan, memimpin dan menyelenggarakan pemilu 1955 untuk memilih anggota konstituante dan anggota dewan perwakilan rakyat. Undang-undang Nomor 7 Tahun 1953 tentang pemilihan anggota konstituante dan anggota dewan perwakilan rakyat disahkan pada 4 April 1953 dan menyebut PPI berkedudukan di ibukota negara. Panitia pemilihan daerah (PPD) berkedudukan di setiap daerah pemilihan. Panitia pemilihan kabupaten berkedudukan di setiap kecamatan. Panitia pendaftaran pemilihan berkedudukan di setiap desa dan panitia pemilihan luar negeri berkedudukan di luar negeri. PPI di tunjuk oleh presiden. panitia pemilihan ditunjuk oleh menteri kehakiman dan panitia pemilihan kabupaten ditunjuk oleh menteri dalam negeri. Pemilu yang pertama kali tersebut berhasil diselenggarakan dengan aman, lancar, jujur dan adil serta sangat demokratis.

Sangat disayangkan, kisah sukses pemilu 1955 akhirnya tidak bisa dilanjutkan dan hanya menjadi catatan emas sejarah. Pemilu pertama itu

⁵³ Undang-undang No 7 Tahun 2017 diakses pada tanggal 12 mei 2023 pukul 13.51 WIB dari: https://jdih.dgip.go.id/produk_hukum/view/id/80.

tidak berlanjut dengan pemilu kedua lima tahun berikutnya, meskipun di tahun 1958 presiden Soekarno sudah melantik PPI II, yang terjadi kemudian adalah berubahnya format politik dengan keluarnya Dekrit Presiden 5 Juli 1959. Presiden Soekarno secara sepihak membentuk DPR-Gotongroyong (DPR-GR) dan MPR Sementara (MPRS) yang semua anggotanya diangkat oleh presiden. Pada dekrit itu pula presiden Soekarno membubarkan konstituante dan mengutarakan pernyataan untuk kembali ke UUD 1945 yang diperkuat angan-angan presiden Soekarno menguburkan kepartaian di Indonesia. Dekrit itu kemudian mengakhiri rezim demokrasi dan mengawali otoriterianisme kekuasaan di Indonesia. Otoriterianisme pemerintahan presiden Soekarno makin jelas ketika pada 4 Juni 1960, ia membubarkan DPR hasil pemilu 1955.

Setelah presiden Soekarno diberhentikan oleh MPRS melalui sidang istimewa bulan maret 1967 (ketetapan XXXIV/MPRS/1967), tongkat pemerintahan Republik Indonesia selanjutnya diserahkan kepada Soeharto menggantikan jabatan Presiden Soekarno. Di masa pemerintahan orde baru presiden Soeharto membentuk lembaga pemilihan umum (LPU) yang bertugas sebagai badan penyelenggara pemilihan umum di Indonesia. LPU terbentuk berdasarkan Keppres No 3 Tahun 1970 diketuai oleh Menteri Dalam Negeri yang keanggotaannya terdiri atas dewan pimpinan, dewan pertimbangan, sekretariat umum LPU dan badan perbekalan dan perhubungan. Kemudian seiring dengan runtuhnya rezim Soeharto pada tanggal 21 Mei 1998 dan digantikan oleh wakil presiden Bacharudin Jusuf Habibie. Pada masa inilah Komisi Pemilihan Umum di Indonesia pertama kali dibentuk melalui Keppres No 16 Tahun 1999.

Pada awal dibentuknya, KPU terdiri atas anggota-anggota yang merupakan anggota partai politik dan elemen pemerintah. Pada tahun 2000, setelah dikeluarkan undang-undang (UU) Nomor 4 Tahun 2000 tentang pemilihan umum, KPU harus beranggotakan anggota-anggota non partai politik. Melalui keputusan presiden Abdurrahman Wahid (Gus Dur) Nomor 70 Tahun 2001 tentang pembentukan KPU, struktur KPU dipangkas dari yang

sebelumnya beranggotakan 53 orang, menjadi 11 orang dari unsur lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan akademisi. Pada tahun 2002, presiden Megawati Soekarno Putri mengesahkan keputusan presiden (Keppres) Nomor 67 Tahun 2002 tentang Pemilihan Umum (Pemilu), untuk membentuk tim seleksi KPU guna mengangkat kepengurusan KPU menghadapi pemilu 2004.

Pada periode pemerintahan presiden Susilo Bambang Yudhono, telah disahkan 2 (dua) Keppres tentang pembentukan tim seleksi calon anggota KPU, yakni Keppres Nomor 12 Tahun 2007 dan Keppres Nomor 33 Tahun 2011. Anggota KPU pada periode tersebut berjumlah tujuh (7) orang, yang terdiri dari peneliti, birokrat serta akademisi. Pada periode pemerintahan presiden Joko Widodo, pada 11 April 2017 telah dilantik tujuh anggota KPU periode 2017-2022. Pelantikan tersebut menjadi awal dari pemilihan kepala daerah (Pilkada) serentak 2018 serta Pemilu 2019 yang merupakan pemilu serentak dengan memilih 5 (lima) kotak suara pertama di Indonesia, dan pesta demokrasi satu hari terbesar di dunia. Secara umum menurut undang-undang No 7 Tahun 2017 KPU dibagi dalam beberapa tingkatan yaitu, KPU RI, KPU Provinsi dan KPU Kabupaten:

- a. Komisi Pemilihan Umum yang selanjutnya disingkat KPU adalah lembaga penyelenggara Pemilu yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri dalam melaksanakan Pemilu.
- b. Komisi Pemilihan Umum Provinsi yang selanjutnya disingkat KPU Provinsi adalah Penyelenggara Pemilu di Provinsi.
- c. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota yang selanjutnya disingkat KPU Kabupaten/Kota adalah Penyelenggara Pemilu di kabupaten/kota. Komisi Pemilihan Kecamatan yang selanjutnya disingkat PPK adalah panitia yang dibentuk KPU Kabupaten/Kota untuk melaksanakan Pemilu di tingkat Kecamatan atau nama lain.
- d. Panitia Pemungutan suara yang selanjutnya disingkat PPS adalah panitia yang dibentuk oleh KPU Kabupaten/Kota untuk melaksanakan Pemilu di tingkat Kelurahan/desa atau nama lain.

- e. Panitia Pemilihan Luar Negeri yang selanjutnya di singkat PPLN adalah panitia yang dibentuk KPU untuk melaksanakan pemilu di luar negeri.
- f. Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara Luar Negeri yang selanjutnya disingkat KPPSLN adalah kelompok yang dibentuk PPLN untuk melaksanakan pemungutan suara di tempat pemungutan suara luar negeri.⁵⁴

Sebagaimana disebutkan dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 KPU kabupaten/kota memiliki tugas, wewenang dan kewajiban sebagai berikut:

KPU kabupaten/kota bertugas:

- a. Menjabarkan program dan melaksanakan anggaran;
- b. Melaksanakan semua tahapan penyelenggaraan di kabupaten/kota berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c. Mengoordinasikan dan mengendalikan tahapan penyelenggaraan oleh PPK, PPS dan KPPS dalam wilayah kerjanya;
- d. Menyampaikan daftar pemilih kepada KPU provinsi;
- e. Memutakhirkan data pemilih berdasarkan data pemilu terakhir dengan memperhatikan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh pemerintah dan menetapkannya sebagai daftar pemilih
- f. Melakukan dan mengumumkan rekapitulasi hasil penghitungan suara pemilu anggota DPR, anggota DPD, pemilu Presiden dan Wakil Presiden, dan anggota DPRD provinsi serta anggota DPRD kabupaten/kota yang bersangkutan berdasarkan berita acara hasil rekapitulasi suara di PPK;
- g. Membuat berita acara penghitungan suara dan sertifikat penghitungan suara serta wajib menyerahkannya kepada saksi peserta pemilu, bawaslu kabupaten/kota dan KPU provinsi

⁵⁴ Undang-undang No 7 Tahun 2017 diakses pada tanggal 25 mei 2023 pukul 13.00 WIB dari: https://jdih.dgip.go.id/produk_hukum/view/id/80.

- h. Mengumumkan calon anggota DPRD kabupaten/kota terpilih sesuai dengan alokasi jumlah kursi setiap daerah pemilihan di kabupaten/kota yang bersangkutan dan membuat berita acaranya;
- i. Menindaklanjuti dengan segera temuan dan laporan yang disampaikan oleh Bawaslu kabupaten/kota;
- j. Menyosialisasikan penyelenggaraan pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kabupaten/kota kepada masyarakat;
- k. Melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan penyelenggaraan pemilu; dan
- l. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh KPU, KPU provinsi, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.

KPU kabupaten/kota berwenang:

- a. Menetapkan jadwal di kabupaten/kota;
- b. Membentuk PPK, PPS dan KPPS dalam wilayah kerjanya;
- c. Menetapkan dan mengumumkan rekapitulasi penghitungan suara pemilu anggota DPRD kabupaten/kota berdasarkan rekapitulasi penghitungan suara di PPK dengan membuat berita acara rekapitulasi suara dan sertifikat rekapitulasi suara;
- d. Menerbitkan keputusan KPU kabupaten/kota untuk mengesahkan hasil pemilu anggota DPRD kabupaten/kota dan mengumumkannya;
- e. Menjatuhkan sanksi administratif dan/atau menonaktifkan sementara anggota PPK dan anggota PPS yang terbukti melakukan tindakan yang mengakibatkan terganggunya tahapan penyelenggaraan pemilu berdasarkan putusan Bawaslu, putusan Bawaslu provinsi, putusan Bawaslu kabupaten/kota, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- f. Melaksanakan wewenang lain yang diberikan oleh KPU, KPU provinsi, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.

KPU kabupaten/kota berkewajiban:

- a. Melaksanakan semua tahapan penyelenggaraan pemilu dengan tepat waktu;
- b. Memperlakukan peserta pemilu secara adil dan setara;
- c. Menyampaikan semua informasi penyelenggaraan pemilu kepada masyarakat;
- d. Melaporkan pertanggungjawaban penggunaan anggaran sesuai dengan ketentuan perundang-undangan;
- e. Menyampaikan laporan pertanggungjawaban semua kegiatan penyelenggaraan pemilu kepada KPU melalui KPU provinsi;
- f. Mengelola, memelihara, dan merawat arsip/dokumen serta melaksanakan penyusutan berdasarkan jadwal retensi arsip yang disusun oleh KPU kabupaten/kota dan lembaga kearsipan kabupaten/kota berdasarkan pedoman yang ditetapkan oleh KPU dan Arsip Nasional Republik Indonesia;
- g. Mengelola barang inventaris KPU kabupaten/kota berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- h. Menyampaikan laporan periodik mengenai tahapan penyelenggaraan pemilu kepada KPU dan KPU provinsi serta menyampaikan tembusannya kepada Bawaslu;
- i. Membuat berita acara pada setiap rapat pleno KPU kabupaten/kota dan ditandatangani oleh ketua dan anggota KPU kabupaten/kota;
- j. Melaksanakan dengan segera putusan Bawaslu kabupaten/kota;
- k. Menyampaikan data hasil pemilu dari tiap-tiap TPS pada tingkat kabupaten/kota kepada peserta pemilu paling lama 7 (tujuh) hari setelah rekapitulasi di kabupaten/kota;
- l. Melakukan pemutakhiran dan memelihara data pemilih secara berkelanjutan dengan memperhatikan data kependudukan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;
- m. Melaksanakan putusan DKPP; dan
- n. Melaksanakan kewajiban lain yang diberikan oleh KPU, KPU provinsi dan/atau peraturan perundang-undangan.

3. Pemilu 2024

Pengertian Pemilu sebagaimana yang tercantung dalam Undang-undang No 17 Tahun 2017 menerangkan bahwa Pemilihan Umum yang selanjutnya disebut Pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945.⁵⁵

Dalam sejarahnya, pemilihan umum (Pemilu) di Indonesia telah mengalami perjalanan panjang dari masa ke masa, tercatat bahwa Pemilu nasional di Indonesia sudah dilakukan sebanyak 12 kali dengan berbagai konstelasi rezim yang melingkupinya yaitu di mulai sejak tahun 1955, 1971, 1977, 1982, 1987, 1992, 1997, 1999, 2004, 2009, dan 2014. Bahkan, pada tahun 2019 pemilu serentak yang digelar dengan 5 (lima) surat suara berhasil diselenggarakan.

Pemilu 1955 dikenal sebagai pemilu pertama di Indonesia namun sejarah pembentukan lembaga penyelenggaraan pemilu sudah dimulai pada tahun 1946 ketika presiden Soekarno membentuk badan pembentuk susunan komite nasional pusat. Menyusul disahkannya Undang-undang Nomor 12 tahun 1946 tentang pembaharuan susunan komite nasional Indonesia pusat (UU no. 12 tahun 1946). Pemilu secara singkat memiliki tujuan untuk menyeleksi para pemimpin pemerintahan baik eksekutif maupun legislatif. Serta untuk membentuk pemerintah yang demokratis, kuat dan memperoleh dukungan rakyat dalam rangka mewujudkan tujuan nasional sesuai UUD 1945.

Maka Pemilu 2024 bisa diartikan adalah sebuah proses demokrasi untuk memilih presiden dan wakil presiden juga untuk memilih anggota

⁵⁵ Undang-undang Republik Indonesia No 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden. diakses pada tanggal 15 mei 2023 pukul 23.51 WIB dari: https://www.dpr.go.id/doc.produk_hukum/view/id/

dewan perwakilan rakyat masa bakti 2024-2029 yang akan diselenggarakan pada rabu, 14 Februari 2024 mendatang.

B. Kajian Pustaka

Telaah pustaka dalam penelitian ini dilakukan dalam rangka penelusuran terhadap karya tulis terdahulu yang isinya berkaitan dengan pembahasan yang diteliti. Hal ini untuk menghindari kesamaan penelitian dan anggapan plagiasi. Adapun sejauh yang diketahui oleh peneliti bahwa kajian tentang strategi komunikasi KPU dalam meningkatkan partisipasi pemilih dalam Pemilu sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Sementara itu, kajian strategi komunikasi KPU dalam meningkatkan partisipasi pemilih dalam Pemilu dapat diklasifikasikan menjadi dua tema pokok, pertama studi yang menjelaskan tentang strategi komunikasi dan kedua tentang cara meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilu.

1. Hasil penelitian berupa Tesis yang dilakukan oleh Hedi Setiadi yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Para Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Pada Pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat Tahun 2013-2018 (Realisasi Tindak Tutur dan Kesantunan Pada Forum Debat Politik)”. Penelitian tersebut berupa Tesis yang membahas tentang Strategi Komunikasi Politik Para Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Pada Pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat Tahun 2013-2018. Dari Program Studi Linguistik Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia. Metode yang digunakan dalam tesis tersebut yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dalam penelitian tersebut dari hasil analisa menunjukkan bahwa para kandidat menggunakan semua jenis tindak tutur sebagaimana teori yang digunakan yaitu teori tindak tutur Searle yang berupa asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif.⁵⁶

⁵⁶ Hedi Stiadi, “*Strategi Komunikasi Politik Para Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Pada Pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat Tahun 2013-2018 (Realisasi Tindak Tutur dan Kesantunan Pada Forum Debat Politik)*” Tesis IAIN Parepare diakses dari: <http://repository.iainparepare.ac.id/id/eprint/1499>. (Diakses pada tanggal 27 mei 2023, pukul 15.00. WIB.)

2. Hasil penelitian berupa Tesis yang dilakukan oleh Hidayah Nur yang berjudul “Strategi Komunikasi BAZNAZ Kabupaten Pinrang Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat di Lembaga Zakat”. Penelitian tersebut berupa Tesis yang membahas tentang Strategi Komunikasi BAZNAZ Kabupaten Pinrang Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat di Lembaga Zakat. Dari program pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Parepare. Metode yang digunakan dalam tesis tersebut yaitu menggunakan desain penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field reseach*). Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa pemahaman masyarakat islam di kabupaten pinrang, pada umumnya belum memahami makna zakats secara utuh. Kemudian strtaegi dalam upaya-upaya yang harus dilakukan agar pemahaman zakat bisa tercapai yaitu, 1) pembinaan para muzakkih dan mustahiq, 2) adanya kerjasama yang baik antar semua pihak yang terkait, baik itu masyarakat, UPZ, alim ulama, aparat desa dll.⁵⁷
3. Hasil penelitian berupa Tesis yang dilakukan oleh Yulinta Aisyara yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Caleg Perempuan Dalam Pemilu Legislatif DPRD DKI Jakarta Periode 2019-2024 (Studi Kasus Rany Mauliani dan Shilikhah)”. Penelitian tersebut berupa Tesis yang membahas tentang Strategi Komunikasi Politik Caleg Perempuan Dalam Pemilu Legislatif DPRD DKI Jakarta Periode 2019-2024. Dari Program Studi Megister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Metode yang digunakan dalam tesis tersebut yaitu menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian tersebut dari hasil analisa menunjukkan bahwa para komunikasi yang dimiliki para

⁵⁷ Hidayah Nur, “*Strategi Komunikasi BAZNAZ Kabupaten Pinrang Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat di Lembaga Zakat*” Tesis Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, diakses dari: <http://repository.upi.edu/id/eprint/19333>. (Diakses pada tanggal 27 mei 2023, pukul 15.17. WIB.)

caleg merupakan komunikasi politik yang sudah ada dalam diri caleg yaitu, dengan kekhasannya masing masing.⁵⁸

4. Hasil jurnal ilmiah dari penelitian yang dilakukan oleh Alfian Muhazir, Feby Irawan, dan Alfyyah Nur Fadhilah dengan judul “Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Banyumas dalam Sosialisasi Pilkada 2018 dan Pemilu 2019 Kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah” Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 3/No.1 yang dilakukan pada bulan maret 2022. Penelitian ini mengkaji tentang Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Banyumas dalam Sosialisasi Pilkada 2018 dan Pemilu 2019 Kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dan cara mengumpulkan data dari penelitian tersebut yaitu dengan wawancara, observasi, kajian pustaka, dan dokumentasi. Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa dalam kompetensi komunikasi KPU Kabupaten banyumas telah menggandeng PPDI Kabupaten Banyumas untuk melakukan sosialisasi kepada kelompok disabilitas yang tersebar dalam berbagai komunitas di bawahnya, serta kepada pemilih pemula di Sekolah Luar Biasa (SLB).⁵⁹
5. Hasil jurnal ilmiah dari penelitian yang dilakukan oleh Dila Novita dan Ai Fitri yang berjudul “Peningkatan Partisipasi Pemilih Milenial: Strategi Komunikasi dan Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum Pada Pemilu 2019” Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa dan Budaya Vol.7/No.2 yang dilakukan pada bulan September 2020. Penelitian ini mengkaji tentang Peningkatan Partisipasi Pemilih Milenial: Strategi Komunikasi dan Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum Pada Pemilu 2019 di Kota Bekasi. Metode yang

⁵⁸ Yurinta Aisyara, “Strategi Komunikasi Politik Caleg Perempuan Dalam Pemilu Legislatif DPRD DKI Jakarta Periode 2019-2024 (Studi Kasus Rany Mauliani dan Shilikhah)” Tesis Universitas Mercu Buana diakses dari: <http://repository.mercubuana.ac.id/id/eprint/59974>. (Diakses pada tanggal 27 mei 2023, pukul 15.37. WIB.)

⁵⁹ Alfian Muhazir, Feby Irawan, dan Alfyyah Nur Fadhilah, *Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Banyumas dalam Sosialisasi Pilkada 2018 dan Pemilu 2019 Kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah* (Vol. 3, No.1, Jurnal Ilmu Komunikasi, 2022), 16.

digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode deskriptif analitis. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa Strategi KPU Kota Bekasi dalam meningkatkan partisipasi milenial yaitu dengan memfasilitasi media sosial untuk bisa berkomunikasi secara transparan, bahan kampanye, dan alat peraga kampanye.⁶⁰

6. Hasil jurnal ilmiah dari penelitian yang dilakukan oleh Siti Zenab & Hikmah Hadiati Salisah yang berjudul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bangkalan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat” Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.9/No.1 yang dilakukan pada april 2019. Penelitian ini mengkaji tentang Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bangkalan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan grounded theory. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bangkalan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat yaitu; pertama strategi sosialisasi politik, kedua strategi pendidikan pemilih pemula, ketiga strategi penguatan kelembagaan.⁶¹
7. Hasil jurnal ilmiah dari penelitian yang dilakukan oleh Eka Anisa Sari & Muhammad Rifa’at Adikarti farid yang berjudul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Bantul Dalam Sosialisasi Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah Saat Pandemi Covid-19 Tahun 2020” Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM) Vol.3/No.2 yang dilakukan pada oktober 2021. Penelitian ini mengkaji

⁶⁰ Chotijah, Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Garut Dalam Sosialisasi Pemilu 2014 Kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Garut, (Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut Vol.4/No.1, 2018), diakses dari: [Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Garut Dalam Sosialisasi Pemilu 2014 Kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Garut \(uniga.ac.id\)](http://Strategi%20Komunikasi%20KPU%20Kabupaten%20Garut%20Dalam%20Sosialisasi%20Pemilu%202014%20Kepada%20Kelompok%20Disabilitas%20di%20Kabupaten%20Garut%20(uniga.ac.id)) pada tanggal 22 mei 2023, pukul 23.33. WIB.)

⁶¹ Siti Zenab & Hikmah Hadiati Salisah, *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bangkalan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat*, (Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.9/No.1, 2019), diakses dari: [Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum \(KPU\) Kabupaten Bangkalan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat \(unisby.ac.id\)](http://Strategi%20Komunikasi%20Komisi%20Pemilihan%20Umum%20(KPU)%20Kabupaten%20Bangkalan%20Dalam%20Meningkatkan%20Partisipasi%20Masyarakat%20(unisby.ac.id)) pada tanggal 22 mei 2023, pukul 23.50. WIB.)

tentang Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Bantul Dalam Sosialisasi Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah Saat Pandemi Covid-19 Tahun 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Bantul Dalam Sosialisasi Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah Saat Pandemi Covid-19 Tahun 2020 yaitu; melibatkan masyarakat secara aktif, melakukan koordinasi dengan pemangku kepentingan setempat, optimalisasi media sosial dan membuat lembaga yang tidak mempunyai kewenangan mengikat.⁶²

8. Hasil jurnal ilmiah dari penelitian yang dilakukan oleh Tarisa Karima Wardah & Satya Indra Karsa yang berjudul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jawa Barat” Bandung *Conference Series: Communication Management* Vol.2/No.2 yang dilakukan pada tahun 2022. Penelitian ini mengkaji tentang Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jawa Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan Deskriptif kualitatif. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jawa Barat yaitu; pertama pemilihan komunikator dimana seorang komunikator yang dipilih adalah komunikator yang bisa mengendalikan emosinya, kedua pada tahap penyusunan pesan, ketiga sasaran komunikasi dalam sosialisasi yang dialkukan kepada pemilih muda yang berada di tingkat perguruan tinggi, keempat pemanfaatan media sosial, baik itu WhatsApp, Twiter, Facebook dan media lainnya.⁶³

⁶² Eka Anisa Sari & Muhammad Rifa'at Adikarti farid, *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Bantul Dalam Sosialisasi Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah Saat Pandemi Covid-19 Tahun 2020*” (Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM) Vol.3/No.2, 2021) diakses dari: [Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Bantul Dalam Sosialisasi Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah Saat Pandemi Covid-19 Tahun 2020](#), pada tanggal 22 mei 2023, pukul 01.38. WIB)

⁶³ Tarisa Karima Wardah & Satya Indra Karsa, *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jawa Barat*, (Bandung *Conference Series: Communication Management*

9. Hasil jurnal ilmiah dari penelitian yang dilakukan oleh Adityananingsih & Wisnumarti yang berjudul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Gianyar” SINTESA: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.10/No.2 yang dilakukan pada desember 2019. Penelitian ini mengkaji tentang Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Gianyar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Gianyar yaitu; melalui sosialisasi, informasi dan motivasi juga melalui pentas budaya sosialisasi kepada pemilih pemula, pemilih milenial, dan pemilih disabilitas berupa ceramah dan dialog.⁶⁴
10. Hasil jurnal ilmiah dari penelitian yang dilakukan oleh Abdullah Zahid Syakir dan Abbizar Aggasi yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sumbawa Dalam Mempersipkan Pemilihan Gubernur Nusa Tenggara Barat Tahun 2018” KAGANGA: *Journal of Communication Science* Vol.1/No.1 yang dilakukan pada desember 2019. Penelitian ini mengkaji tentang Strategi Komunikasi Organisasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sumbawa Dalam Mempersipkan Pemilihan Gubernur Nusa Tenggara Barat Tahun 2018. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Deskriptif Kualitatif. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi Organisasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sumbawa Dalam Mempersipkan Pemilihan Gubernur Nusa Tenggara Barat Tahun 2018

Vol.2/No.2, 2022: 825-830), diakses dari: [Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum \(KPU\) Provinsi Jawa Barat pada tanggal\(unisba.ac.id\)](http://strategikomunikasi.komisi-pemilihan-umum.kpu-provinsi-jawa-barat.pada.tanggal.unisba.ac.id) pada tanggal 23 mei 2023, pukul 01.56. WIB.)

⁶⁴ Abdullah Zahid Syakir dan Abbizar Aggasi, Strategi Komunikasi Organisasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sumbawa Dalam Mempersipkan Pemilihan Gubernur Nusa Tenggara Barat Tahun 2018 (KAGANGA: *Journal of Communication Science* Vol.1/No.1, 2019), diakses dari: <http://journal.uts.ac.id> pada tanggal 23 mei 2023, pukul 02.32. WIB.)

yaitu; pertama Komunikasi Internal yang diterapkan KPU Kabupaten Sumbawa, kedua melakukan/menjalin kerjasama dengan baik, ketiga pemanfaatan media sosial, keempat, membangun rasa kekeluargaan dalam internal KPU.⁶⁵

Dari beberapa telaah pustaka di atas yang menjadi perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah pada lokasi dan waktu penelitiannya selain itu juga pada obyek penelitiannya, dimana pada penelitian terdahulu belum ada yang mengkaji tentang strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong pemilu 2024 di kabupaten banyumas. Penelitian terdahulu juga terfokus pada kegiatan yang sudah terjadi, sehingga setiap segmen dari Strategi Komunikasi bisa digunakan, namun yang digunakan peneliti dalam penelitian ini hanya sebatas perencanaan menyosong Pemilu 2024.

C. Kerangka Berpikir

Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Banyumas

Strategi komunikasi sebagaimana yang kemukakan J.L Thompson bahwa strategi komunikasi merupakan cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.⁶⁶ Mintberg berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan lima hal: 1) Strategi sebagai sebuah rencana, 2) Strategi sebagai sebuah cara, 3) Strategi sebagai sebuah pola, 4) Strategi sebagai sebuah posisi dan, 5) strategi sebagai sebuah perspektif.⁶⁷ Dengan adanya Strategi Komunikasi dalam komunikasi akan meningkatkan efektifitas komunikasi yang dilakukan, juga meningkatkan efektifitas pesan komunikasi sehingga membantu

⁶⁵ Siti Zenab & Hikmah Hadiati Salisah, *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bangkalan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat*, (Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.9/No.1, 2019), diakses dari: [Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum \(KPU\) Kabupaten Bangkalan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat \(unisby.ac.id\)](https://www.unisby.ac.id) pada tanggal 22 mei 2023, pukul 23.50. WIB.)

⁶⁶ Sandra Oliver, *Strategi Public Realtion*, terj (London: Erlangga, 2007), 2.

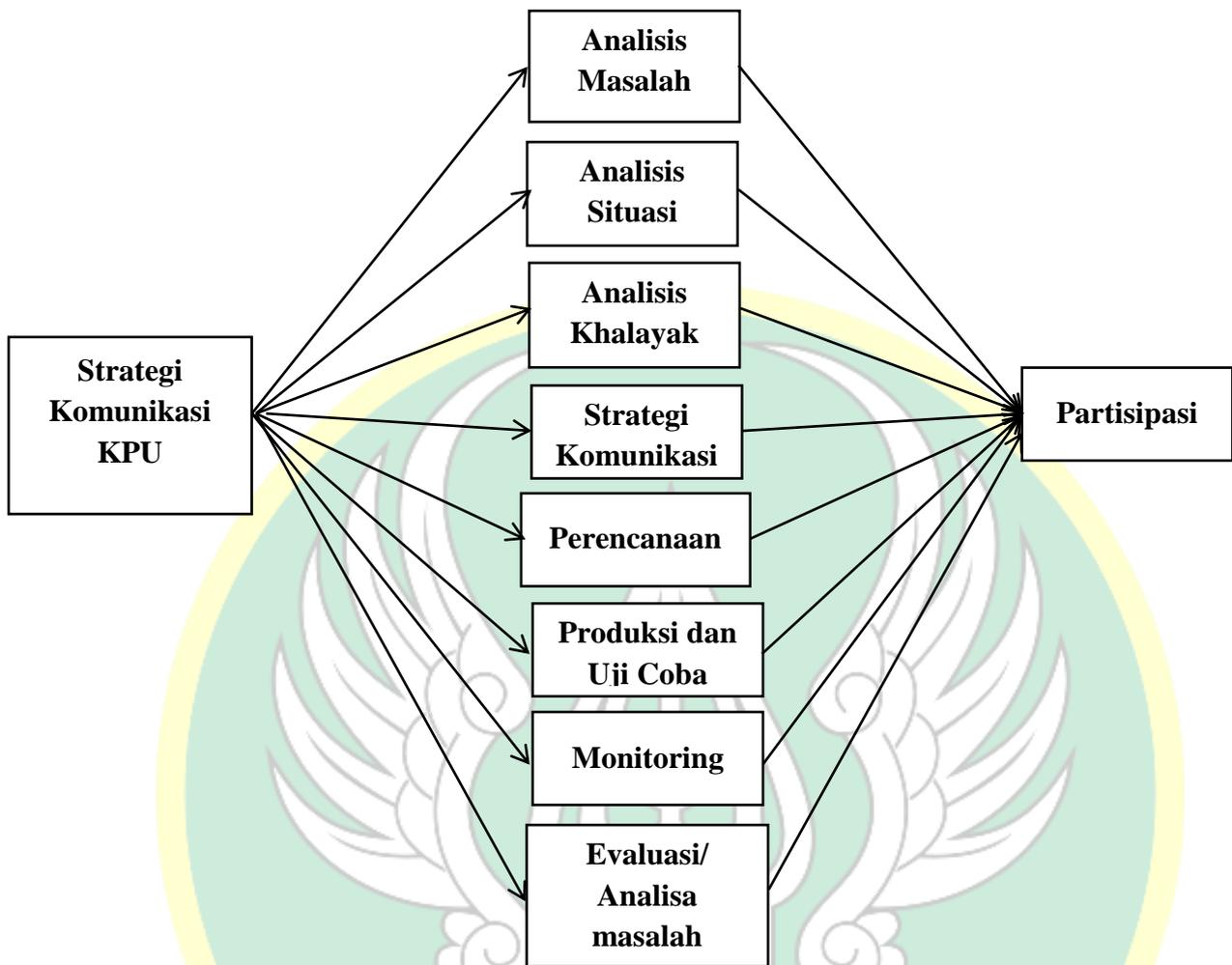
⁶⁷ Alfian Muhazir, Feby Irawan, dan Alfiyyah Nur Fadhilah, *Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Banyumas dalam Sosialisasi Pilkada 2018 dan Pemilu 2019 Kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah* (Vol. 3, No.1, Jurnal Ilmu Komunikasi, 2022), 7.

tercapainya tujuan komunikasi baik secara ketepatan target sasaran, efek yang ingin ditimbulkan serta feedback sesuai yang diharapkan komunikator.

KPU sebagai penyelenggara teknis perlu menggunakan strategi komunikasi untuk terus mengembangkan dan memaksimalkan suara pemilih dalam memberikan hak pilihnya. Hal ini karena strategi komunikasi merupakan salah satu faktor yang menunjang suksesnya Pemilu yang dilakukan oleh KPU dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong Pemilu 2024 di kabupaten banyumas. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Alfian Muhazir dkk menunjukkan bahwa sudah banyak strategi komunikasi yang dilakukan KPU kabupaten banyumas sehingga angka golput terus menurun adapun tahapan yang sudah dilakukan oleh KPU kabupaten banyumas seperti yang diterangkan dalam penelitian tersebut yaitu, 1. Proses komunikasi politik, 2. Perencanaan komunikasi, 3. Pesan komunikasi politik, 4. Media komunikasi politik, dan 5. Partisipasi masyarakat.

Strategi komunikasi cukup efektif dalam meningkatkan partisipasi pemilih, sebagaimana yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu terkait peningkatan partisipasi pemilih yang dilakukan oleh komisi pemilihan umum. Melalui strategi komunikasi yang tepat, warga masyarakat akan lebih terbuka dan memahami tentang pentingnya peran mereka dalam menentukan nasib bangsa melalui partisipasi mereka dalam pemilihan umum.

Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan seperti skema dibawah ini.



Gambar 4. Kerangka Pikir Penelitian

Dari gambar diatas dapat diartikan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan KPU bertujuan untuk meningkatkan partisipasi dimana untuk mencapai tujuan tersebut komisi pemilihan umum kabupaten banyumas melakukannya dengan delapan langkah startegi komunikasi, 1) Analisa Masalah, 2) Analisa Situasi, 3) Analisa Khalayak, 4) Strategi Komunikasi, 5) Perencanaan dan pengembangan 6) Produksi dan Uji Coba, 7) Monitoring, dan 8) Evaluasi/Analisis Masalah. Dari delapan langkah strategi komunikasi tersebut semuanya bertujuan untuk meningkatkan partisipasi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk menemukan strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong Pemilu 2024 di kabupaten banyumas. Maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif.¹

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan penelitian ini yaitu dengan studi kasus. Studi kasus adalah eksplorasi mendalam dari sistem terikat berdasarkan pengumpulan data yang luas. Studi kasus melibatkan investigasi kasus, yang dapat didefinisikan sebagai suatu entitas atau obyek studi yang dibatasi atau terpisah untuk penelitian dalam waktu, tempat, atau batas-batas fisik. Studi kasus secara umum memiliki beberapa ciri berikut.

- a) Melibatkan beberapa kasus,
- b) Dapat terjadi selama bertahun situs, dan
- c) Menggunakan banyak individu.

Kerangka konseptual untuk studi kasus adalah bahwa dengan mengumpulkan informasi mendalam tentang kasus, penelitian akan mencapai pemahaman mendalam tentang kasus ini, apakah kasus itu adalah seorang individu, kelompok, kelas, atau sekolah.² Studi kasus yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu tentang strategi komunikasi yang dilakukan KPU kabupaten banyumh, *Pertama*, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam tentang perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan KPU dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong

¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,, 2007), 26.

² Muh. Fitrah & Luthfiah, *Metodologi Penelitian, penelitian Kualitatif: Tindakan Kelas dan Studi Kasus* (Sukabumi: CV Jejak, 2017), 37.

pemilu 2024 di kabupaten banyumas. Dalam hal ini, menurut Yin, pendekatan studi kasus dianggap tepat dan sesuai.³

Kedua, studi ini diajukan untuk memenuhi kriteria bahwa studi kasus digunakan ketika pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” ditanyakan terhadap suatu rangkaian peristiwa kontemporer dimana peneliti tidak mempunyai kendali atasnya. Sebagaimana masalah utama studi ini yang dirumuskan dalam bentuk “bagaimana”, sub masalah menunjukkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan “bagaimana” strategi komunikasi KPU dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024 di kabupaten banyumas.

Ketiga, studi ini diharapkan mampu menangkap “realitas close-up” dan memberikan deskripsi yang padat mengenai strategi komunikasi yang seperti apa yang digunakan KPU dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024 di kabupaten banyumas, dimana strategi yang telah dilakukan sebelumnya pada tahun 2019 telah memenuhi harapan dan sesuai dengan target nasional bahkan melebihinya.

Keempat, penelitian ini dibangun dengan studi kasus kualitatif dengan maksud untuk mengumpulkan informasi yang komprehensif mengenai strategi komunikasi KPU dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024 di kabupaten banyumas. Karena dengan melakukan studi kualitatif yang lebih banyak mengenai sebuah topik yang berangkat dari bukti-bukti sebelumnya akan menutupi kelemahan riset kualitatif yang cenderung kurang komprehensif, dan memiliki validasi eksternal yang lemah.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dengan judul strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024 di kabupaten banyumas ini dilakukan dari tanggal 5 Januari 2023 hingga 5 Juni 2023. Penelitian ini berlokasi di banyumas tepatnya KPU kabupaten banyumas yang beralamatkan

³ Robert K Yin, *Studi Kasus: Desain & Metode* (Jakarta: Rajawali Pres, 2011), 9.

di jalan HM Bahrin, Berkoh, Kecamatan Purwokerto selatan, Kabupaten banyumas jawa tengah.

C. Sumber Data Penelitian

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber subyek yang diteliti yaitu KPU kabupaten banyumas yang meliputi ketua KPU kabupaten banyumas Imam Arif Setiadi, M.Si., dan anggota KPU kabupaten banyumas yaitu divisi partisipasi pemilih dan sumber daya manusia Yasum Surya Mentari, S.IP., kemudian pihak lain yang memiliki keterkaitan langsung dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPU kabupaten banyumas.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber-sumber data pendukung yang didapatkan oleh peneliti secara tidak langsung. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder penelitiannya adalah anggota komisi pemilihan umum (KPU) kabupaten banyumas dan staff atau anggota lain yang terkait. Kemudian sebagai sumber data pendukung lainnya, penelitian juga akan dilakukan dari relawan yang bekerjasama dengan KPU dalam mensosialisasikan strategi komunikasi KPU, media sosial KPU kabupaten banyumas berupa instagram, facebook, tik-tok, youtube melalui kanal youtube Ngode Mas. juga pihak lain yang memiliki kerkaitan serta memiliki informasi mengenai masalah yang diteliti dan berkas atau hasil dokumentasi lain yang mendukung.

D. Metode Pengumpulan Data

Istrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar penelitiannya lebih baik hasilnya dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematik sehingga mudah untuk diolah. Adapun yang menjadi instrumen penelitian adalah:

1. Wawancara

Wawancara, yakni kegiatan mendapatkan informasi atau keterangan melalui bertanya langsung dan bertatap muka kepada informan⁴ dalam hal ini yaitu ketua KPU kabupaten banyumas Imam Arif Setiadi, M.Si., dan anggota KPU kabupaten banyumas yaitu divisi partisipasi pemilih dan sumber daya manusia Yasum Surya Mentari, S.IP. Wawancara dilakukan melalui tanya jawab atau interview yang bebas terpimpin yaitu wawancara dengan membawa quisioner lengkap dan terperinci serta bebas menanyakan apa saja dan pertanyaan dapat berkembang sesuai dengan jawaban yang diberikan informan.⁵

Selain itu, wawancara juga diartikan sebagai sebuah interaksi yang di dalamnya terdapat pertukaran atau berbagai aturan, tanggungjawab, perasaan, kepercayaan, motif dan informasi. Dalam wawancara terdapat dua peran yang terlibat, ialah antara pewawancara (*interviewer*) dan yang diwawancara atau subjek (*interviewed*).⁶

Licoln and Guba dalam Sanapiah Faisal, mengatakan ada tujuh langkah yang dapat dilakukan dalam penulisan kualitatif dalam mengumpulkan data, sebagai berikut:

- a. Menentukan untuk siapa sasaran wawancara itu dilakukan.
- b. Menyiapkan pokok yang menjadi masalah yang dijadikan bahan perbincangan.
- c. Membuka alur wawancara.
- d. Menjalankan alur wawancara.
- e. Mengkonfirmasi ikhtisar hasil dari wawancara dan mengakhirinya.
- f. Hasil wawancara dicatat ke sebuah catatan lapangan yang digunakan adalah wawancara bebas terpimpin, yaitu peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan, kemudian langsung dijawab oleh ketua KPU Kabupaten Banyumas Imam Arif Setiadi,

⁴ Irawati Singarimbun, *Metode Penelitian Survai* (Jakarta :LP3S, Cet. 1, 1989), 92.

⁵ Kartini Kartono, *Metodologi Research Sosia*, (Bandung: Alumni Bandunng, 1997). 29.

⁶ Sugiono. *Metode Penenlitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 228.

M.Si., dan anggota KPU kabupaten banyumas yaitu divisi partisipasi pemilih dan sumber daya manusia Yasum Surya Mentari, S.IP. dengan cara bebas terbuka untuk memperoleh data yang dibutuhkan mengenai strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong pemilu 2024 di kabupaten banyumas.

2. Observasi

Menurut pendapat dari Nawawi dan Martini yang dikutip Afifuddin dan Saebani, observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dikerjakan melalui cara menganalisis serta mencatat secara terperinci dan sistematis semua unsur yang ada dalam objek penelitian. Metode observasi adalah teknik pengumpulan data, dengan peneliti membuat analisis secara langsung ke sebuah objek penelitian agar melihat dari dekat kegiatan-kegiatan yang dilakukan.⁷

Metode observasi dibagi menjadi dua, yaitu *participation observation* dan *non participation observation*,⁸ sebagai berikut:

- a. Observasi berperan serta (*participant observation*) adalah peneliti melibatkan diri berkegiatan dengan orang lain yang sedang menjadi objek penelitian atau yang akan digunakan sebagai sumber data penelitian.
- b. Observasi non partisipan adalah peneliti tidak melibatkan diri dan hanya menjadi pengamat responden.⁹

Observasi adalah cara penelitian untuk memperoleh data dalam bentuk mengamati serta mengadakan pencatatan dari hasil observasi. Teknik observasi yang penulis gunakan adalah sifatnya langsung mengamati objek yang diteliti yaitu yang terkait strategi komunikasi

⁷ Riduwan. *Metode Riset* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 104.

⁸ Eko Sugiarto. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis* (Yogyakarta: Suaka Media, 2015), 88.

⁹ Cholidin Narbuko, Abu Achmad. *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 176.

komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong pemilu 2024 di kabupaten banyumas.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah proses pengumpulan data yang didapatkan dengan cara mendapatkan berkas atau dokumen dan bisa berupa buku, catatan, arsip, surat-surat, majalah, surat kabar, jurnal, laporan penelitian, dan lainnya.¹⁰ Data tersebut berupa catatan, gambar, video, tulisan-tulisan, buku-buku, hasil penelitian, sumber dari internet, data yang relevan dengan penelitian dan data ilmiah apapun yang masih berkaitan dengan permasalahan penelitian.

Dalam hal akan dicari data-data yang berkaitan dengan penulisan tesis ini seperti: arsip, jurnalistik, catatan, gambar, video, buku-buku, hasil penelitian, sumber dari internet, karya-karya monumental dari seseorang, data yang relevan dengan penelitian dan data ilmiah apapun yang masih berkaitan dengan permasalahan penelitian sebagai penunjang proses penyusunan penelitian ini.

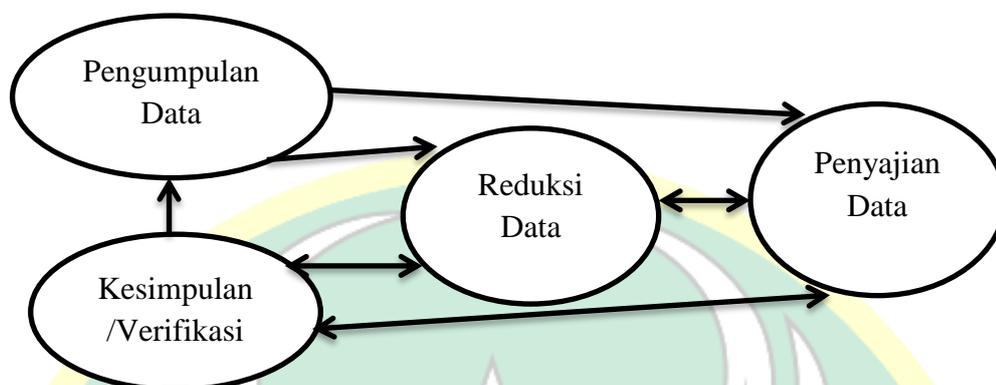
Dokumen yang dikumpulkan berupa data-data yang sudah ada pada KPU kabupaten banyumas dan diambil untuk melengkapi data yang sudah didapat sebelumnya yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Dokumen yang dikumpulkan berupa data-data dan dokumentasi yang ada di media sosial komisi pemilihan umum kabupaten banyumas baik itu presensi, media youtube, instagram, tik-tok, facebook dan media lainnya yang datanya dapat digunakan untuk mendukung penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Proses pengumpulan data dan analisis data dalam penelitian kualitatif ini terjalin sirkulasi. Miles dan Huberman menggambarkan sirkulasi terjadi antara pengumpulan data, penyajian data, reduksi data, dan kesimpulan-kesimpulan.

¹⁰ Kartini Kartono, *Metodologi Research Sosial* (Bandung: Alumni Bandung, 1997), 91.

Semuanya dilakukan dalam proses yang tidak terpisah.¹¹ Sebagaimana bagan berikut ini:



Gambar: Analisis Data Menurut Miles dan Huberman

Dari pengumpulan data dibuat reduksi data untuk memilah data yang relevan dan bermakna yang selanjutnya disajikan. Selain itu, pemilahan data difokuskan pada data yang mengarah pada pemecahan masalah, penemuan dan pendalaman atau untuk menjawab pertanyaan penelitian. Selanjutnya menyederhanakan dan menyusun secara sistematis dengan memfokuskan hal-hal yang dianggap penting tentang hasil dan temuan. Selanjutnya disajikan dalam bentuk penyajian data atau penulisan laporan dan menarik kesimpulan-kesimpulan.

Dalam menganalisis dan menafsirkan data digunakan langkah-langkah sebagai berikut:¹²

1. Reduksi data: data yang diperoleh dari lapangan berupa hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.
2. Sajian data: data-data yang diperoleh di lapangan, kemudian disusun secara berurutan dan menyederhanakan data-data yang memang penting untuk dijadikan bahan analisa. Data-data yang akan disajikan dapat dilihat pada tabel berikut:

¹¹ Matthew B. Miles & A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI Pres, 2014), 20.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, Cet..3, 2014), 404.

No	Tahapan Strategi Komunikasi	Sajian Data
1	Langkah 1	Analisis Masalah
2	Langkah 2	Analisis Situasi
3	Langkah 3	Analisis Khalayak
4	Langkah 4	Strategi Komunikasi
5	Langkah 5	Perencanaan
6	Langkah 6	Produksi dan Uji Coba
7	Langkah 7	Monitoring
8	Langkah 8	Evaluasi dan Analisis Masalah

Data yang didapat akan dianalisa dengan menggunakan teori strategi komunikasi J.L Thompson seperti pada tabel.

3. Penarikan kesimpulan: penyusunan hasil analisa penelitian yang digunakan untuk mengambil kesimpulan strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong pemilu 2024 di kabupaten banyumas.

F. Langkah Penelitian

Langkah-langkah dalam penelitian ini adalah:

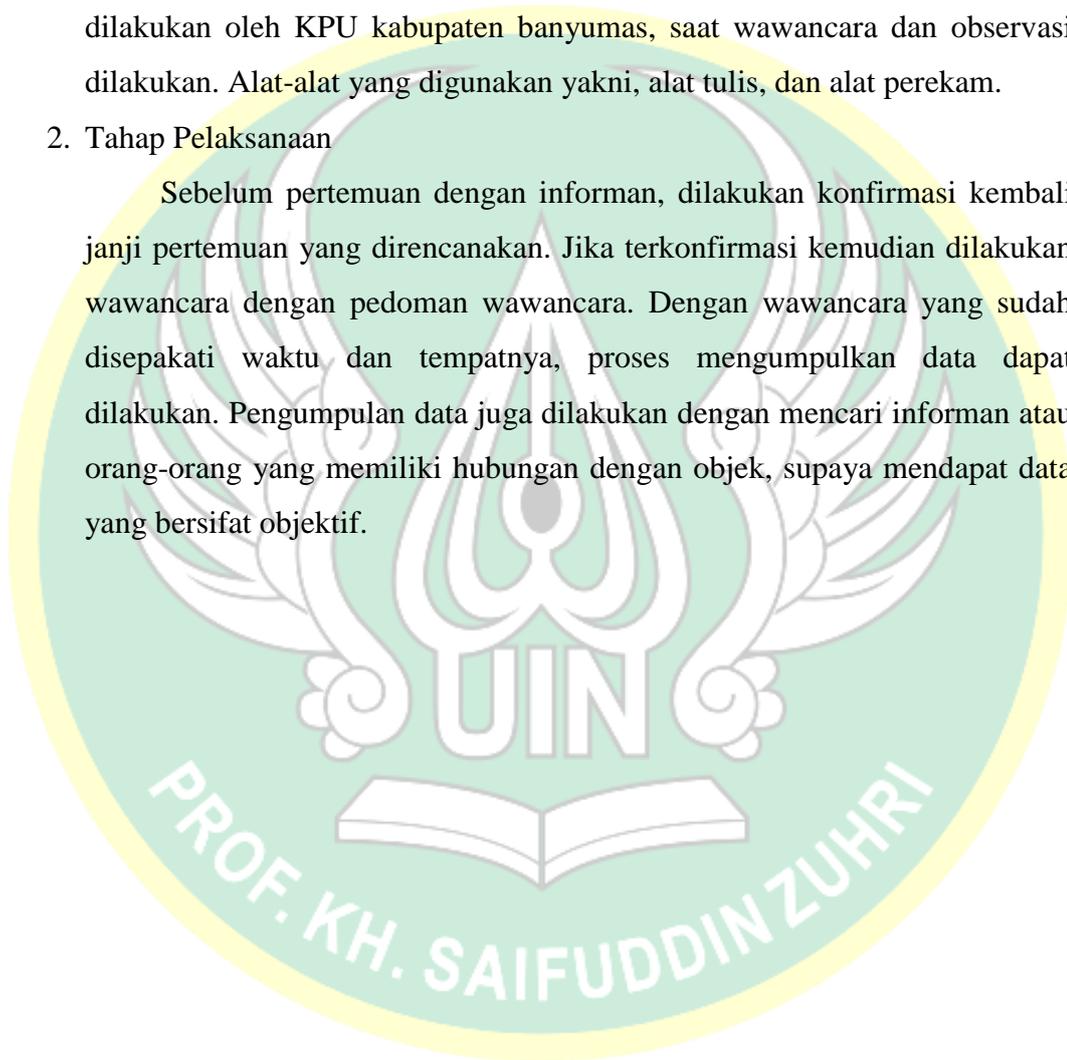
1. Tahap persiapan

Dalam persiapannya, disusun rancangan penulisan, mengurus perizinan, memilih objek penulisan, membuat pedoman wawancara. Setelah itu, penulis memperkenalkan diri dan menjelaskan maksud serta tujuan penelitian yang akan dilakukan kepada KPU kabupaten banyumas. Kemudian menghubungi untuk membuat janji pertemuan dimana proses wawancara dan observasi dilakukan. Sesudah mengikat janji waktu dan

tempat pelaksanaan wawancara, dilanjutkan membuat pedoman wawancara dan observasi sesuai dengan tujuan penulisan strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong pemilu 2024 di kabupaten banyumas. Kemudian untuk mendukung terlaksanannya penelitian dilapangan, dipersiapkan beberapa alat untuk mengambil dokumentasi berbagai peristiwa atau kegiatan yang dilakukan oleh KPU kabupaten banyumas, saat wawancara dan observasi dilakukan. Alat-alat yang digunakan yakni, alat tulis, dan alat perekam.

2. Tahap Pelaksanaan

Sebelum pertemuan dengan informan, dilakukan konfirmasi kembali janji pertemuan yang direncanakan. Jika terkonfirmasi kemudian dilakukan wawancara dengan pedoman wawancara. Dengan wawancara yang sudah disepakati waktu dan tempatnya, proses mengumpulkan data dapat dilakukan. Pengumpulan data juga dilakukan dengan mencari informan atau orang-orang yang memiliki hubungan dengan objek, supaya mendapat data yang bersifat objektif.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran KPU Kabupaten Banyumas

1. Sejarah KPU Kabupaten Banyumas

KPU Kabupaten Banyumas yang berkedudukan di Jl. H.M Bachroen, Kelurahan Berkoh, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah, merupakan instansi non struktural atau lembaga yang dibentuk melalui peraturan perundang-undangan tertentu guna menunjang pelaksanaan fungsi negara dan pemerintah, yang dapat melibatkan unsur-unsur pemerintah, swasta dan masyarakat sipil, serta dibiayai oleh anggaran negara. KPU adalah lembaga penyelenggara pemilu yang bersifat nasional, tetap dan mandiri di tingkat kabupaten yang berada di bawah dan merupakan bagian serta bertanggungjawab kepada KPU RI.

KPU Kabupaten Banyumas untuk periode 2018-2023 ditetapkan melalui Surat Keputusan (SK) KPU RI Nomor 1473/PP.06-Kpt/05/KPU/X/2018 tentang Pengangkatan Anggota KPU Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah Periode 2018-2023 tertanggal 23 Oktober 2018. Pelantikan Anggota KPU Kabupaten Banyumas dilaksanakan pada tanggal 7 November 2018 di Hotel Borobudur Jakarta. Kelima Anggota KPU Kabupaten Banyumas yang dilantik adalah Imam Arif Setiadi, Suharso Agung Basuki, Hanan Wiyoko, Yasum Surya Mentari, dan Khasis Munandar.

Setelah pelantikan tersebut, pada tanggal 7 November 2018, lima Komisioner KPU Kabupaten Banyumas melakukan rapat pleno pertama kali, dengan agenda pemilihan ketua dan pembagian tugas lainnya. Rapat pleno tersebut dilakukan secara tertutup dengan hasil memutuskan Imam Arif Setiadi sebagai Ketua KPU Kabupaten Banyumas. Keputusan tersebut diambil melalui musyawarah mufakat dan dituangkan dalam berita acara nomor: 912/PK.01-BA/3302/KPU-kab/XI/2018 tentang pembagian divisi

anggota KPU Kabupaten Banyumas periode 2018-2023. Hasil rapat tersebut kemudian dilaporkan ke KPU Provinsi Jawa Tengah untuk diteruskan kepada KPU RI. Setelah itu keluar surat nomor 2101/pp.06-kpt/05/KPU/XII/2018 tentang penetapan Ketua KPU Kabupaten Banyumas periode 2018-2023 tanggal 31 Desember 2018.

Selain memutuskan posisi ketua rapat pleno tersebut juga menetapkan 2 (dua) hal. *Pertama*, penanggung jawab divisi kerja dan *kedua* koordinator wilayah kerja. Adapun pembagian 5 (lima) bidang tugas divisi didasarkan pada PKPU Nomor 3 Tahun 2020 tentang Perubahan atas PKPU Nomor 8 Tahun 2019 tentang Tata Kerja Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Provinsi dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota sebagai berikut:

- a. Divisi keuangan, umum, logistik dan rumah tangga (ketua);
- b. Divisi teknis penyelenggaraan;
- c. Divisi sosialisasi, pendidikan pemilihan, partisipasi masyarakat dan sumber daya manusia;
- d. Divisi perencanaan, data dan informasi; dan
- e. Divisi hukum dan pengawasan.

Berdasarkan berita acara nomor: 912/PK.01-BA/3302/KPU-kab/XLL/2018 tentang pembagian divisi anggota KPU Kabupaten Banyumas periode 2018-2023, susunan divisi sebagai berikut:

Tabel Divisi Kerja KPU Kabupaten Banyumas & Penanggung Jawabnya

NO.	NAMA	KEDUDUKAN	DIVISI
1.	Imam Arif Setiadi	Ketua	Keuangan, Umum, Logistik dan Rumah Tangga
	Suharso Agung Basuki	Wakil Ketua	
2.	Hanan Wiyoko	Ketua	Divisi teknis penyelenggaraan
	Imam Arif Setiadi	Wakil Ketua	

3.	Yasum Surya Mentari	Ketua	Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM
	Khasis Munandar	Wakil Ketua	
4.	Khasis Munandar	Ketua	Divisi Perencanaan, Data dan Informasi
	Hanan Wiyoko	Wakil Ketua	
5.	Suharso Agung Basuki	Ketua	Divisi Hukum dan Pengawasan
	Yasum Surya Mentari	Wakil Ketua	

2. Tugas dan Wewenang KPU Kabupaten Banyumas

Dalam rangka penyusunan rencana strategis KPU tahun 2020-2024 yang baik, diperlukan strategi untuk mengoptimalkan kekuatan, mengatasi kelemahan, serta memanfaatkan peluang dan memitigasi ancaman. Namun, diperlukan guna perumusan strategi yang tepat. Berdasarkan pasal 18 Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, KPU Kabupaten/Kota bertugas:

- a. Menjabarkan program dan melaksanakan anggaran;
- b. Melaksanakan semua tahapan penyelenggaraan di kabupaten/kota berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undang;
- c. Mengkoordinasikan dan mengendalikan tahapan penyelenggaraan oleh PPK, PPS, dan KPPS dalam wilayah kerjanya;
- d. Menyampaikan daftar pemilih kepada KPU provinsi;
- e. Memutakhirkan data pemilih berdasarkan data pemilu terakhir dengan memperhatikan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh Pemerintah dan menetapkannya sebagai daftar pemilih;
- f. Melakukan dan mengumumkan rekapitulasi hasil perhitungan suara Pemilu anggota DPR, anggota DPD, Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, dan anggota DPRD provinsi serta anggota DPRD kabupaten/kota yang bersangkutan berdasarkan berita acara hasil rekapitulasi suara di PPK;

- g. Membuat berita acara penghitungan suara dan sertifikat penghitungan suara serta wajib menyerahkannya kepada saksi peserta Pemilu, Bawaslu Kabupaten/Kota, dan KPU Provinsi;
- h. Mengumumkan calon anggota DPRD kabupaten/kota terpilih tercapai dengan alokasi jumlah kursi setiap daerah pemilihan di kabupaten/kota yang bersangkutan dan membuat berita acaranya;
- i. Menindaklanjuti dengan segera temuan dan laporan yang disampaikan oleh Bawaslu Kabupaten/Kota;
- j. Menyoliasisasikan penyelenggaraan pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang Kpu kabupaten/kota kepada masyarakat;
- k. Melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan penyelenggaraan pemilu; dan
- l. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh KPU, KPU Provinsi, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pada pasal 19 KPU Kabupaten/Kota berwenang:

- a. Menetapkan jadwal di kabupaten/kota;
- b. Membentuk PPK, PPS, dan KPPS dalam wilayah kerjanya;
- c. Menetapkan dan mengumumkan rekapitulasi penghitungan suara Pemilu anggota DPRD kabupaten/kota berdasarkan rekapitulasi penghitungan suara di PPK dengan membuat berita acara rekapitulasi suara dan sertifikat rekapitulasi suara;
- d. Menerbitkan keputusan KPU kabupaten/Kota untuk mengesahkan hasil Pemilu anggota DPRD kabupaten/kota dan mengumumkannya;
- e. Menjatuhkan sanksi administratif dan/atau menonaktifkan sementara anggota PPK dan anggota PPS yang terbukti melakukan tindakan yang mengakibatkan terganggunya tahapan penyelenggaraan pemilu berdasarkan putusan Bawaslu, putusan Bawaslu provinsi, putusan Bawaslu Kabupaten/Kota, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- f. Melaksanakan wewenang lain yang diberikan oleh KPU, KPU Provinsi, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Visi dan Misi KPU Kabupaten Banyumas

a. Visi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas

Visi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas menggambarkan kondisi ke depan yang ingin dicapai melalui serangkaian program dan kegiatan yang diselesaikan dalam periode 5 (lima) tahun yaitu Tahun 2020-2024. Visi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas periode 2020-2024 adalah: “Menjadi Penyelenggara Pemilu Serentak yang Mandiri, Profesional dan Berintegritas” sejalan dengan itu, maka pengertian kata mandiri, profesional, dan bertintegritas adalah sebagai berikut:

- 1) Mandiri, memiliki arti bahwa KPU Kabupaten Banyumas bebas dari pengaruh pihak manapun, disertai dengan transparansi dan pertanggungjawaban yang jelas sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- 2) Integritas, memiliki arti jujur, adil, transparansi, akuntabel;
- 3) Profesioanl, memiliki arti berkepastian hukum, berkompeten, aksesibilitas, tertib, terbuka, proporsional, efektif, efisien, dan mendahulukan kepentingan umum;

b. Misi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas

Misi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas merupakan rumusan umum upaya-upaya yang dilaksanakan oleh seluruh jajaran untuk mewujudkan Visi KPU Kabupaten Banyumas periode 2020-2024. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas melaksanakan misi Presiden dan Wakil Presiden Nomor 8 yakni pengelolaan pemerintahan yang bersih, efektif, dan terpercaya dengan uraian sebagai berikut:

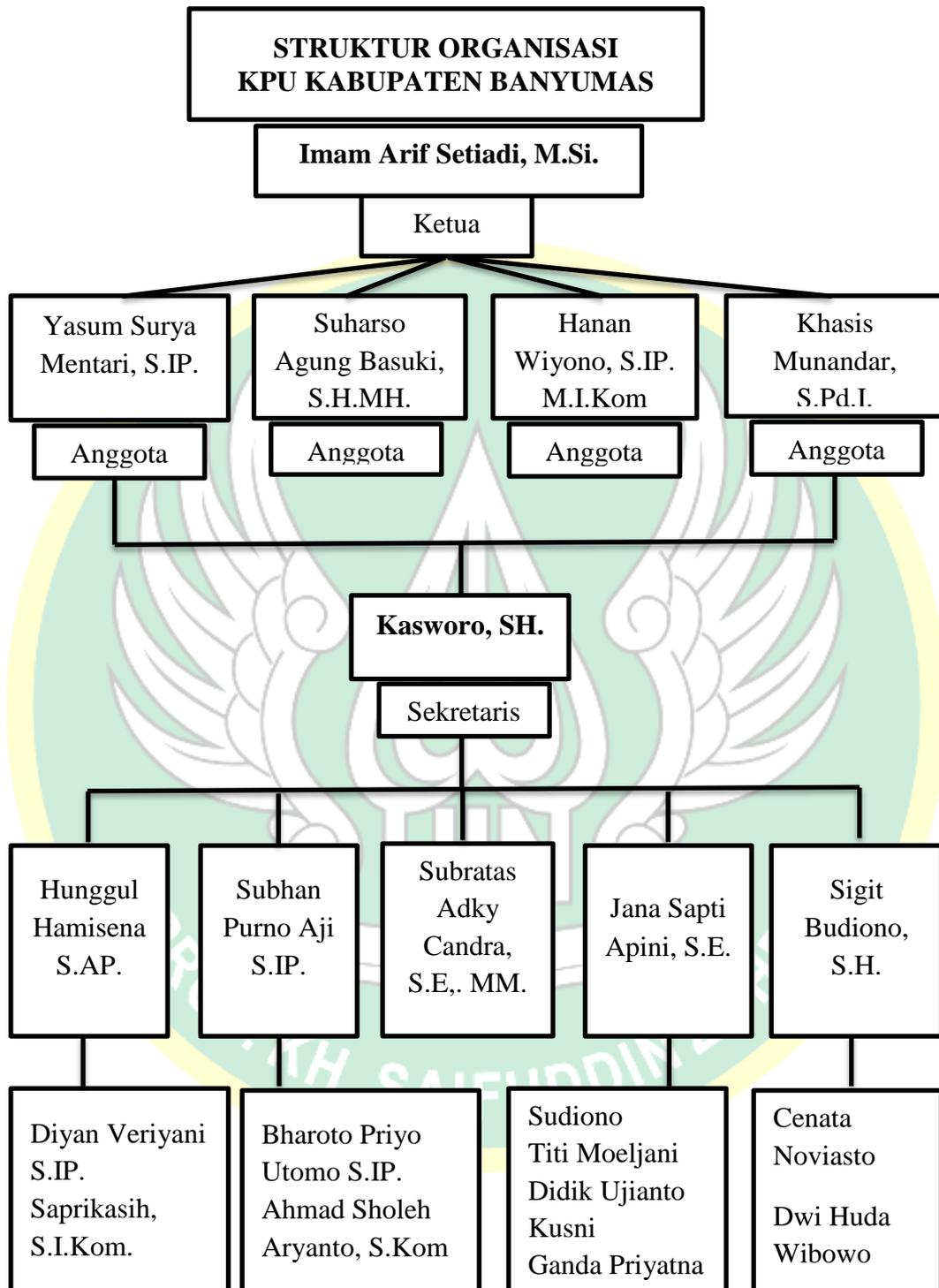
- 1) Meningkatkan kompetensi penyelenggaraan pemilu serentak dengan berpedoman kepada perundang-undangan dan kode etik penyelenggara pemilu di Kabupaten Banyumas;
- 2) Menyusun Keputusan KPU Kabupaten Banyumas yang memberikan kepastian hukum, progresif, dan partisipasif;

- 3) Meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemilu serta yang efektif dan efisien, transparan, akuntabel, serta aksesibel di Kabupaten Banyumas;
- 4) Mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam menyelenggarakan pemilu serentak di Kabupaten Banyumas;
- 5) Meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilih dalam pemilu serentak di Kabupaten Banyumas;
- 6) Meningkatkan kualitas pelayanan pemilu serentak untuk seluruh pemangku kepentingan di Kabupaten Banyumas.

VISI DAN MISI KOMISI PEMILIHAN UMUM KABUPATEN BANYUMAS	
Visi	Misi
Menjadi Penyelenggara Pemilu Serentak yang Mandiri, Profesional dan Berintegritas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kompetensi penyelenggaraan pemilu serentak dengan berpedoman kepada perundang-undangan dan kode etik penyelenggara pemilu di Kabupaten Banyumas. 2. Menyusun Keputusan KPU Kabupaten Banyumas yang memberikan kepastian hukum, progresif, dan partisipasif. 3. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemilu serta yang efektif dan efisien, transparan, akuntabel, serta aksesibel di kabupaten banyumas. 4. Mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam menyelenggarakan pemilu serentak di kabupaten banyumas. 5. Meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilih dalam pemilu serentak di kabupaten banyumas. 6. Meningkatkan kualitas pelayanan pemilu serentak untuk seluruh pemangku kepentingan di kabupaten banyumas

Gambar 8. Visi dan Misi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas

4. Struktur Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas



Gambar 9. Struktur Organisasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas

C. Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas

Strategi komunikasi menurut JL Thomson merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan atau hasil akhir, dalam hal ini adalah strategi komunikasi komisi pemilihan umum KPU dalam meningkatkan partisipasi masyarakat menyongsong Pemilu 2024 di kabupaten banyumas. Usaha untuk mencapai hasil akhir tersebut tidak bisa dilakukan dengan waktu yang singkat KPU kabupaten banyumas telah melakukan berbagai kegiatan dan perencanaan bahkan sejak tahun 2019 setelah pemilu serentak 2019 selesai. Hal ini diungkapkan oleh ketua KPU banyumas, Imam Arif yang mengatakan, *pendidikan pemilih harus dilakukan setiap waktu, tidak hanya menjelang penyelenggaraan pemilu saja*¹.

KPU melakukan berbagai perencanaan dalam skala nasional yang nantinya akan diteruskan oleh KPU pada tingkatannya masing-masing. Di kabupaten banyumas, KPU kabupaten banyumas melakukan edukasi kepada masyarakat banyumas tentang partisipasi politik melalui berbagai cara, baik melalui pelatihan, seminar, sosialisai atau kegiatan lain melalui media sosial. Seperti dijelaskan Imam, *bentuk kegiatan kita seperti sosialisasi, pelatihan, seminar dan pengembangan informasi melalui media sosial*².

Hal tersebut dilakukan dengan langkah startegi komunikasi untuk terus meningkatkan partisipasi masyarakat menyongsong pemilu 2024 di kabupaten banyumas. Adapun strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh KPU kabupaten banyumas meliputi beberapa tahapan/langkah berikut:

1. Analisa Masalah

Analisa masalah merupakan langkah awal yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Banyumas untuk memeriksa atau menyelidiki melalui data untuk mengetahui masalah-masalah yang ingin dipecahkan. Melalui analisa masalah KPU kabupaten banyumas berupaya meningkatkan efektifitas program yang akan dibuat. Analisa ini nantinya akan memandu dan meminilisir program yang tidak sesuai dan kurang efektif. Adapun analisa masalah yang ditemukan oleh KPU Kabupaten Banyumas dalam menyusun

¹ Wawancara dengan Imam Arif Setiadi, Ketua KPU Kabupaten Banyumas.

² Wawancara dengan Imam Arif Setiadi, Ketua KPU Kabupaten Banyumas.

strategi komunikasi ini dibagi menjadi empat masalah. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Yasum Surya Mentari³ yang mengatakan:

“ada empat masalah yang kita lihat yakni jumlah pemilih pemula yang begitu banyak, keompok-kelompok yang tingkat partisipasinya rendah, bagaimana mendorong keterlibatan masyarakat dalam mengawal pemilu dan kebutuhan masyarakat akan informasi yang begitu besar”.

Analisa masalah tersebut dijelaskan oleh Yasum, akan memandu KPU Kabupaten Banyumas dalam menyusun program dan kegiatan sosialisasi agar berjalan sesuai dengan yang direncanakan.

a. Pemilih Pemula

Pemilih pemula adalah masalah pertama yang diidentifikasi oleh KPU Kabupaten Banyumas dalam strategi komunikasi yang dilakukan. Pemilih pemula menjadi sasaran utama karena angkanya yang cukup tinggi dan terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Karakteristik pemilih pemula yang masih “buta” terhadap pemilu karena pengalaman pertama bagi mereka melakukan pemilihan sehingga perlu adanya edukasi dan sosialisai yang lebih intensif dilakukan. Seperti diungkapkan Yasum, *“pemilih pemula menjadi salah satu fokus kita karena jumlahnya yang banyak, mereka juga perlu diberi edukasi agar tidak golput”*⁴.

b. Komunitas Dengan Partisipasi Rendah

Komunitas dengan partisipasi rendah adalah kelompok masyarakat atau orang yang biasanya tidak tersentuh secara umum pada saat sosialisasi. Hal ini menjadi salah satu analisa masalah karena partisipasinya yang cukup rendah dalam pemilu. Pandangan bahwa kepemimpinan tidak merubah nasib mereka kerap kali menjadi alasan untuk tidak ikut berpartisipasi dalam pemilihan umum. Di Kabupaten Banyumas kelompok/komunitas dengan partisipasi rendah diantaranya adalah disabilitas, kelompok tani, kelompok penggali pasir dan pedagang

³ Anggota KPU Kabupaten Banyumas Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM Periode 2018-2023.

⁴ Wawancara dengan Yasum Surya Mentari, Anggota KPU Kabupaten Banyumas Divisi Sosialisasi Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM.

kaki lima. Sehingga perlu adanya strategi khusus yang dilakukan KPU Kabupaten Banyumas untuk mengatasi masalah tersebut. Yasum mengatakan, *komunitas dengan angka partisipasi rendah seperti penyandang disabilitas, buruh tani, dan pedagang kaki lima.*⁵

c. Keterlibatan Dalam Mengawal Pemilu

Keterlibatan dalam mengawal pemilu menjadi bagian partisipasi masyarakat dalam pemilu dimana tidak hanya sebagai pemberi suara saja, tetapi juga sebagai bagian dari tim penyelenggara pemilu maupaun kampanye politik lainnya yang berhubungan dengan pemilu. Keterlibatan dalam mengawal pemilu menjadi salah satu fokus KPU Kabupaten Banyumas agar pelaksanaan pemilu dapat berjalan dengan lancar. Seperti diungkapkan Yasum sebagai divisi yang membidangi rekrutmen penyelenggara pemilu *ad hoc* keterlibatan masyarakat sebagai penyelenggara pemilu sangatlah penting. Jika keterlibatan masyarakat untuk ikut terlibat sebagai penyelenggara pemilu rendah dapat mengakibatkan posisi tersebut ditempati oleh orang-orang yang tidak kompeten. Yasum mengatakan, *kita membutuhkan jajaran penyelenggara pemilu yang profesional dan kompeten agar menunjang kinerja KPU untuk mensukseskan pemilu.*⁶

d. Kebutuhan Masyarakat Akan Informasi

Kebutuhan akan informasi adalah hal pokok bagi manusia, dengan informasi yang tepat, segala kebutuhan dan pekerjaan akan lebih mudah untuk dilakukan. Kebutuhan akan informasi yang dimaksud di sini adalah kebutuhan informasi terkait pemilihan umum. Masyarakat kerap kali tidak terjangkau oleh informasi yang beredar karena beberapa kendala seperti hoax dan ujaran kebencian yang dapat merusak partisipasi masyarakat sehingga perlu adanya penyebaran informasi yang dilakukan secara merata dengan menimbang aspek-aspek kekurangan dan kendalan tersebut. KPU Kabupaten Banyumas sebagai penyelenggara pemilu

⁵ Wawancara dengan Yasum Surya Mentari.

⁶ Wawancara dengan Yasum Surya Mentari.

memiliki tanggungjawab tersebut, dimana segala informasi terkait pemilihan umum harus secara masif disebarakan kepada setiap penjuror, elemen dan kelompok masyarakat. Yasum mengatakan, *kita harus memperbanyak informasi positif di media sosial untuk menghalangi informasi hoax beredar dan mempengaruhi masyarakat.*⁷

No	Analisa Masalah
1	Pemilih Pemula
2	Pemilih dengan partisipasi rendah
3	Keterlibatan dalam mengawal pemilu
4	Kebutuhan masyarakat akan informasi

2. Analisa Situasi

Langkah kedua yakni analisa situasi, tahapan ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam tentang suatu masalah pada wilayah kerja, tahapan ini diperlukan dalam langkah strategi komunikasi karena bertujuan untuk memperoleh data-data yang lebih mendalam tentang wilayah kerja. Dengan demikian media atau program yang ingin dipakai akan lebih tepat guna dan diterima oleh kelompok sasaran. Analisa situasi dilakukan dengan mendasari pokok-pokok masalah yang ditemukan saat melakukan langkah pertama. Dari analisa situasi ini ditemukan data-data sebagai berikut:

a. Pemilih Pemula

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh KPU Kabupaten Banyumas pemilih pemula yang masuk klasifikasi pada generasi Z mencapai angka 277.529 atau 20% dari total jumlah pemilih di Kabupaten Banyumas untuk Pemilu Serentak Tahun 2024 yang berjumlah 1.385.363. Ditambah dengan jumlah pemilih millennial yang

⁷ Wawancara dengan Yasum Surya Mentari.

mencapai 30% atau sekitar 421.644⁸. Jumlah tersebut sangat berpengaruh pada hasil pemilu sehingga partisipasinya harus dikawal dan diarahkan agar tidak golput. Yasum mengatakan, *pemilih pemula mereka adalah usia yang berkisar 17 tahun hingga 30 tahun yang rata-rata adalah pelajar baik itu SMA/SMK/MA/Sederajat dan mahasiswa yang jauh dari aktivitas politik*⁹.

b. Komunitas Dengan Partisipasi Rendah

Komunitas dengan partisipasi rendah adalah kelompok masyarakat marginal yang biasanya tidak tersentuh informasi kepemiluan seperti penyandang disabilitas, buruh tani, pedagang kaki lima atau komunitas lain seperti komunitas penambang pasir. Pemilu 2019 tercatat sebanyak 3.486 pemilih disabilitas terdaftar sebagai daftar pemilih tetap dan berhak menggunakan hak pilihnya. Pada tahun ini menyongsong pemilu 2024 dimungkinkan jumlahnya meningkat. Hal ini seperti diungkapkan Yasum, *kemungkinan jumlahnya naik, kita masih pada proses penyusunan data pemilih*¹⁰. Didukung juga dengan data yang dipublikasikan oleh Sidesa tentang jumlah disabilitas di Kabupaten Banyumas pada tahun 2020 yang mencapai 9.141¹¹.

c. Keterlibatan Dalam Mengawal Pemilu

Menyongsong pemilu 2024 antusiasme masyarakat banyumas dalam keikutseraan mengawal pemilu bisa dilihat dari rekrutmen panitia pemilihan kecamatan (PPK) di tingkat kecamatan dan panitia pemungutan suara (PPS) ditingkat desa. Dari data yang dipublikasikan KPU Kabupaten Banyumas jumlah pendaftar meningkat cukup tinggi yakni sebanyak 2.171 mendaftar sebagai PPK dan sebanyak 4.527 mendaftar sebagai PPS.

⁸ Data Rekapitulasi Daftar Pemilih Sementara Hasil Perbaikan Pemilu (DPSHP) Tahun 2024 di Kabupaten Banyumas.

⁹ Wawancara dengan Yasum Surya Mentari.

¹⁰ Wawancara dengan Yasum Surya Mntari.

¹¹ <https://sidesa.jatengprov.go.id/pemkab/disabilitas/33.02> diakses 1 Juni 2023.

Keterlibatan dalam mengawal pemilu menjadi bagian penting dalam partisipasi politik masyarakat, pemilih tidak hanya sebagai pemberi suara saja, tetapi juga sebagai bagian dari tim penyelenggara maupaun kampanye politik lainnya yang berhubungan dengan pemilu. Keterlibatan dalam mengawal pemilu menjadi salah satu perhatian KPU Kabupaten Banyumas karena dengan semakin banyak orang yang mengawal pemilu akan semakin baik hasil dari proses pemilu tersebut.

Seerti dijelaskan Yasum, *kita juga terus mendorong keterlibatan masyarakat untuk mengawal pemilu, hal paling sederhana adalah ikut mengecek yang bersangkutan sudah terdaftar sebagai pemilih atau belum. Tingkat selanjutnya ikut terlibat sebagai bagian dari penyelenggara pemilu*¹².

d. Kebutuhan Masyarakat Akan Informasi

Saat ini pengguna internet di Indoensia mencapai 212 juta orang dan pengguna media sosial mencapai 167 juta orang atau 60% dari total penduduk Indonesia¹³. Hal ini menandakan kebutuhan orang akan informasi sangat besar terutama melalui jaringan internet. Situasi ini yang ingin dimanfaatkan oleh KPU Kabupaten Banyumas untuk memberikan informasi sebanyak-banyaknya mengenai penyelenggaraan pemilu. Seerti dijelaskan Yasum bahwa KPU Kabupaten Banyumas ingin menjadi lembaga yang informatif kepada masyarakat agar masyarakat mendapatkan asupan informasi yang positif.

*Seerti misi kita yakni mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam menyelenggarakan pemilu serentak di Kabupaten Banyumas*¹⁴.

¹² Wawancara dengan Yasum Surya Mntari.

¹³ Shilvina Widi, *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 pada 2023*, Artikel DataIndonesia.Id diakses pada 31 Mei 2023. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

¹⁴ Wawancara dengan Yasum Surya Mentari.

3. Analisa Khalayak

Langkah ketiga adalah analisa khalayak yakni kegiatan untuk mengetahui karakteristik khalayak atau penerima pesan agar dapat disesuaikan dengan program dan kegiatan yang akan disusun. Dalam tahapan ini KPU Kabupaten Banyumas membagi dan membuat klasifikasi khalayak berdasarkan pada analisis masalah yang telah dibuat. Hal tersebut bertujuan untuk mempersempit bahkan meniadakan kesenjangan-kesenjangan informasi, pengetahuan, sikap atau pun perilaku khalayak. Analisa khalayak yang dilakukan KPU Kabupaten Banyumas terbagi dalam 10 khalayak atau biasa disebut sebagai basis pemilih, antara lain sebagai berikut:

a. Pemilih Pemula

Yang tergolong pemilih pemula berdasarkan analisa khalayak adalah;

1) Basis Pemilih Pemula

Gerakan sosialisasi dan pendidikan pemilih diorientasikan kepada pemilih pemula atau first time voters. Sejumlah riset menunjukkan pemilih pemula yang menggunakan hak pilihnya ketika pertama kali memasuki usia memilih, mempunyai kecenderungan untuk memilih pada pemilu berikutnya. Sebaliknya mereka yang tidak menggunakan hak pilihnya pertama kali memasuki usia memilih, kecenderungannya akan melakukan hal yang serupa pada pemilu berikutnya.

Pemilih pemula adalah mereka yang memasuki usia memilih dan akan menggunakan hak pilihnya untuk pertama kali dalam pemilu. Dengan siklus pemilu di Indonesia yang digelar setiap lima tahun sekali, maka kisaran usia pemilih pemula adalah 17-21 tahun. Pemilih pemula umumnya masih duduk di sekolah menengah atas (SMA) atau sederajat dan mereka yang sudah menempuh pendidikan diperguruan tinggi. Pemilih pemula yang berstatus mahasiswa merupakan elemen penting dalam struktur dinamika politik dan demokrasi. Mereka memiliki potensi besar dalam memberikan

perubahan karena mempunyai cakrawala yang luas di antara masyarakat. Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisai dan pendidikan pemilih ke sekolah-sekolah (SMA/SMK/MA/Sederajat) dan sebagainya.

2) Basis Pemilih Muda

Basis pemilih muda dijadikan basis gerakan sosialisasi dan pendidikan pemilih karena jumlah mereka dalam struktur pemilih yang cukup signifikan. Mereka disebut pemuda sesuai undang-undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang kepemudaan adalah warga negara yang berusia 16 tahun sampai 30 tahun. Dalam konteks pemilu mereka disebut basis pemilih muda yaitu warga negara yang sudah memiliki hak pilih dan usianya tidak lebih dari 30 tahun. Yaitu kisaran usia pemilih muda adalah 22 tahun samapai 30 tahun.

Pemilih muda baik yang berstatus mahasiswa, pekerja maupun belum/tidak bekerja penting mendapat sosialisasi dan pendidikan pemilih karena mereka akan mengisi struktur pemilih dalam jangka waktu yang sangat lama. Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih ke organisasi kepemudaan, mahasiswa kampus dan lain sebagainya.

b. Pemilih Dengan Partisipasi Rendah

Yang termasuk pemilih dengan partisipasi rendah berdasarkan analisa khalayak adalah:

1) Basis Pemilih Perempuan

Basis pemilih perempuan menjadi sasaran sosialisasi dan pendidikan pemilih karena mereka tidak hanya memainkan peran strategis dalam mengasuh dan mendidik anak ketika mereka menjadi ibu rumah tangga. Tetapi juga dapat memainkan peran untuk memotivasi lingkungan, setidaknya pada komunitasnya. Perempuan yang berstatus ibu memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk pengetahuan, sikap dan tingkah laku anak. Pengaruh kehidupan keluarga yang didominasi oleh peran ibu baik langsung maupun tidak

langsung merupakan struktur sosialisasi politik pertama yang dialami seseorang sangat kuat dan kekal.

Selain perempuan menjadi sosok sentral dalam mendidik anak, alasan lain menjadikan perempuan sebagai basis sosialisasi dan pendidikan pemilih adalah;

- a) Jumlah pemilih perempuan berimbang dengan jumlah pemilih laki-laki, namun kapasitas masih terbatas dibanding laki-laki;
- b) Pemilih perempuan rentan dimobilisasi ketika pemilu maupun diluar pemilu;
- c) Tingkat pendidikan perempuan rata-rata lebih rendah dari laki-laki
- d) Pemilih perempuan lebih banyak memainkan peran-peran domestik sehingga urusan publik terabaikan, padahal banyak menyangkut kepentingan perempuan.

Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih kepada kelompok-kelompok perempuan, ibu-ibu/emak-emak kompleks, dan sebagainya.

2) Basis Pemilih Penyandang Disabilitas

Berdasarkan undang-undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang penyandang disabilitas, yang dimaksud dengan penyandang disabilitas adalah setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga lainnya berdasarkan kesamaan hak.

Penyandang disabilitas menjadi basis sosialisasi dan pendidikan pemilih karena terdapat kecenderungan mereka tidak akan menggunakan hak pilih jika tidak ada kepastian bahwa penyelenggaraan pemilu benar-benar aksesibel terhadap keterbatasan yang mereka miliki. Untuk itu, penyelenggara pemilu harus mensosialisasikan tentang kebijakan dan bentuk layanan ramah

disabilitas. Hal ini diperlukan mengingat banyaknya ragam pemilih disabilitas dan perbedaan kebutuhan layanan dari setiap jenis disabilitas. Contoh kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih ke komunitas/masyarakat penyandang disabilitas.

3) Basis Pemilih Berkebutuhan Khusus

Pemilih berkebutuhan khusus yakni pemilih yang mencakup masyarakat di wilayah perbatasan atau terpencil, penghuni lembaga permasyarakatan, pasien dan pekerja rumah sakit, pekerja tambang, lepas pantai, perkebunan, dan kelompok lain yang terpinggirkan.

Pemilih kebutuhan khusus menjadi basis sosialisasi dan pendidikan pemilih dikarenakan minimnya informasi yang mereka peroleh, utamanya yang berkaitan dengan kepemiluan. Hal ini disebabkan karena mereka tinggal di wilayah yang mempunyai kekhususan dari aspek aksesibilitas wilayah yang sulit terjangkau, seperti lembaga pemasyarakatan, rumah sakit dan sebagainya.

Berdasarkan data direktorat jendral pemasyarakatan, kementerian hukum dan HAM, jumlah narapidana di lembaga pemasyarakatan mencapai 242.903 orang hingga Mei 2018. Tentunya ini bukan angka yang kecil, sebagian besar dari mereka pemilih yang berhak untuk mendapatkan sosialisasi dan pendidikan pemilih dari KPU. Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih ke narapidana penghuni lembaga pemasyarakatan, pegawai perkebunan sawit, masyarakat adat dan lain sebagainya.

4) Basis Pemilih Marginal

Kelompok marginal menjadi basis sosialisasi dan pendidikan pemilih karena mereka tidak memiliki sumber daya, akses informasi, dan kepercayaan diri yang cukup. Mereka memiliki hak hidup dan hak berpartisipasi yang sama dengan warga negara yang lainnya. Tetapi situasi dan kondisi kehidupan membuat mereka dalam posisi yang tidak berdaya dan tidak memiliki motivasi berpartisipasi dalam kehidupan sosial dan politik. Mereka membutuhkan sosialisasi,

motivasi dan fasilitasi untuk dapat berpartisipasi sehingga secara sosial mereka tidak makin terbelakang.

Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih ke masyarakat miskin kota, pemulung, dan sebagainya.

c. Keterlibatan Dalam Mengawal Pemilu

Yang termasuk dalam keterlibatan mengawal pemilu berdasarkan analisa khalayak adalah;

1) Basis Komunitas

Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya. Dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan nilai dan kepentingan. Dalam komunitas, manusia-manusia individu di dalamnya memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Komunitas dapat dibagi 2 (dua) komponen. *Pertama*, berdasarkan lokasi dimana sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis. *Kedua*, berdasarkan minat kelompok yang mendirikan suatu komunitas karena ketertarikan dan minat yang sama seperti komunitas hobi yang saat ini sedang tren di masyarakat kita seperti komunitas sepeda santai, komunitas fotografi, komunitas musik dan lain sebagainya.

Komunitas secara umum jauh dari aktivitas politik, tetapi mereka bukan berarti miskin informasi politik. Tak jarang pula para anggota komunitas membahas isu-isu politik terkini di tengah mereka menjalankan aktivitas di komunitasnya. Komunitas juga memiliki tingkat kemandirian yang tinggi karena pada umumnya mereka sudah mapan dari aspek pendidikan, finansial dan pemikiran. Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih ke komunitas

pecinta kuliner, komunitas keolahragaan, komunitas hobbi, komunitas masyarakat jawa/bugis/bugis/dayak/papua dan lain sebagainya.

2) Basis Keagamaan

Sosialisasi dan pendidikan pemilih kepada basis keagamaan selama ini diorientasikan kepada tokoh-tokoh agama saja. Akibatnya jamaah berbagai agama di Indonesia yang jumlahnya sangat besar dan tak sebanding dengan jumlah tokohnya tidak tersentuh. Sosialisasi dan pendidikan pemilih tak akan mengakar kuat. Pemilih pemilu dan demokrasi beredar di tataran elit keagamaan saja. Orientasi sosialisasi dan pendidikan pemilih kepada basis keagamaan ke depan harus diubah dari gerakan yang elitis menjadi gerakan populer. Distribusi dan konsumsi informasi ke pemilu dan demokrasi harus masuk ke dalam ruang kehidupan para jamaah. Penyelenggara pemilu terus dapat bersinergi dan berkolaborasi dengan kelompok keagamaan agar dapat menggunakan forum-forum keagamaan seperti pengajian sebagai sarana sosialisasi dan pendidikan pemilih.

Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih ke jamaah sholat jum'at, jamaah geraja/pura/wihara/klenteng dan lain sebagainya.

d. Kebutuhan Masyarakat Akan Informasi

Yang tergolong dalam kebutuhan masyarakat akan informasi berdasarkan analisa khalayak adalah

1) Basis Warga Internet (Netizen)

Peningkatan akses informasi menggunakan internet terus bertambah setiap tahun. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (AJPII) tahun 2016, pengguna internet Indonesia mencapai 132,7 juta dan ditahun 2023 ini sudah mencapai 212 juta pengguna. Dari jumlah tersebut, sebanyak 70 persen dari pengguna internet Indonesia paling sering mengakses internet dari perangkat bergerak atau mobile gadget. Aktivitas komunikasi dan akses informasi menggunakan internet tidak terbatas

oleh ruang dan waktu. Melalui *smartphone*, manusia milenial dapat berkomunikasi dan mengakses informasi kapanpun dan dimanapun sepanjang tersedia jaringan komunikasi.

Intesitas komunikasi dan persebaran informasi yang begitu tinggi di dunia maya menjadi alasan bagi penyelenggara pemilu untuk menyebar basis warga internet sebagai basis gerakan sosialisasi dan pendidikan pemilih. Penyelenggara pemilu di semua satuan kerja (satker) mesti membentuk dan menghidupkan media komunikasi berbasis internet seperti website dan media sosial seperti twiter, facebook, instagram dan platform media sosial lainnya. Diskursus politik, demokrasi dan pemilu di dunia maya harus mampu kita imbangi melalui status, kicauan dan komentar-komentar yang segar, elegan, cerdas dan mendidik.

4. Strategi Komunikasi

Langkah selanjutnya yang dilakukan KPU Kabupaten Banyumas setelah mengetahui khalayak adalah membuat strategi komunikasi. Dalam tahapan ini yang dimaksud dengan penyusunan strategi komunikasi adalah suatu cara penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada komunikan agar tujuan komunikasi yang hendak dicapai bisa diwujudkan. Dalam strategi komunikasi ada beberapa tahapan strategi komunikasi yang perlu dipahami oleh komunikator yaitu yang berkaitan dengan pesan, karakteristik khalyak, dan membuat program. Dari strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh KPU Kabupaten Banyumas dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024 berdasarkan analisa masalah di atas yaitu melauai dua cara, *pertama* menyusun pesan dan *kedua* penggunaan media.

a. Pesan

Pesan adalah suatu informasi yang ingin disampaikan oleh komuniktor atau pemberi pesan kepada komunikan atau penerima pesan, pesan menjadi salah satu dari strategi komunikasi karena tanpa adanya pesan yang ingin disampaikan, maka proses komunikasi tidak akan

berjalan. Pesan jika dilihat dari bentuknya dapat dibagi menjadi tiga bentuk pesan;

- 1) Informatif, yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data, kemudian komunikasi mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri;
- 2) Persuasif, yaitu bujukan, artinya membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa yang disampaikan akan mengubah sikap penerima pesan;
- 3) Koersif, yaitu menyampaikan pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi.

Selain memahami bentuk-bentuk pesan, komunikator juga perlu memperhatikan beberapa syarat tertentu agar pesan bisa diterima yaitu *pertama*, direncanakan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan. *Kedua*, dapat menggunakan bahasa yang dapat dimengerti kedua belah pihak. Dan *ketiga*, menarik minat dan kebutuhan penerima serta menimbulkan kepuasan.

KPU Kabupaten Banyumas dalam menyusun pesan dilakukan oleh bidang khusus yaitu dibawah koordinator divisi sosialisasi, pendidikan pemilih, partisipasi masyarakat dan sumber daya manusia yang di ketuai oleh Yasum Surya Mentari. Pesan yang disusun terkait partisipasi masyarakat dalam pemilu berfokus terhadap kehadiran masyarakat ke tempat pemungutan suara (TPS) dan keterlibatan masyarakat untuk cek hak pilih masing-masing.

b. Media

Media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mengolah, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Secara sederhana, media komunikasi adalah perantara dalam penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk efisiensi penyebaran informasi atau pesan tersebut. Strategi komunikasi yang

dilakukan KPU Kabupaten Banyumas berdasarkan analisa masalah disusun dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Analisa Masalah	Pesan	Khalayak	Media
Pemilih Pemula				
1.	1) Pemilih Pemula (17-21 tahun)	Bahasa milenial	SMA/SMK/MA Sederajat	Workshop dan pendidikan pemilu
	2) Pemilih Muda (22-30 tahun)	Bahasa milenial dan akademis	Organiasi Pemuda/Mahasiswa	Seminar dan pendidikan pemilu
Komunitas/Pemilih dengan Partisipasi rendah				
2.	1) Basis Perempuan	Bahasa keseharian	Ibu rumah tangga dan kelompok perempuan	Sosialisai
	2) Penyandang Disabilitas	Bahasa keseharian	Komunitas/ masyarakat penyandang disabilitas	Sosialisai
	3) Berkebutuhan Khusus	Bahasa keseharian	Narapidana, masyarakat adat dan kelompok pegawai	Sosialisai
	4) Marginal	Bahasa keseharian	Mayarakat pinggiran, komunitas waria, LGBT, pemulung, masyarakat miskin kota	Sosialisai
Keterlibatan Dalam Mengawal Pemilu				
3.	1) Komunitas	Bahasa formal	Pecinta kuliner, komunitas hobbi, komunitas suku dll.	Pendidikan pemilih
	2) Keagamaan	Bahasa	Jamaah sholat jum'at,	sosialisai

		formal	gereja, wihara, pura dan klenteng	
	Kebutuhan Masyarakat Akan Informasi			
4.	Warga internet/ Netizen	Bahasa banyumasan	Masyarakat umum dan follower media sosial KPU Banyumas	Podcast dan ive Instagram

5. Perencanaan Kegiatan

Setelah melakukan langkah dan tahapan strategi di atas langkah selanjutnya yang dilakukan adalah perencanaan program atau kegiatan. Perencanaan kegiatan dalam tahapan strategi komunikasi dilakukan untuk menambah nilai efektifitas program sehingga mampu mencapai tujuan komunikasi dengan lebih baik. KPU Kabupaten Banyumas dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024 telah melakukan tahapan perencanaan kegiatan yang dapat dilihat pada tabel berikut:

- a. Rencana Kegiatan KPU Kabupaten Banyumas dari periode 2020-2024.
 - 1) Pemilih Pemula
 - a) Siswa SMK Mpu Tantular Kemranjen dengan target peserta 30 orang.
 - b) Siswa SMK Plus Tunas Bangsa Kebasen dengan target peserta 30 orang.
 - c) KPU Goes To Campus
 - 2) Komunitas/Pemilih dengan Partisipasi rendah
 - a) Kelompok Tani Mlethek Srengenge Tinggarjaya dengan target peserta 30 orang.
 - b) Kelompok Desa Wisma Perempuan Desa Melung dengan target peserta 30 orang.
 - c) Kelompok Perempuan Jamaah Sholawat Al Karomah Sokaraja Lor dengan target peserta 30 orang.

- d) Kelompok PKL Peseduluran Jalan Kampus (Perjaka) dengan target peserta 30 orang.
 - e) Kelompok Komunitas Penambang Pasir Kali Serayu dengan target peserta 30 orang.
 - f) Kelompok Penerima Manfaat PKH Desa Kracak dengan target peserta 30 orang.
 - g) Kelompok Komunitas Pedagang Taman Kota Ajibarang dengan target peserta 30 orang.
 - h) Kelompok Pekerja Migran Indonesia Seruni dengan target peserta 30 orang.
 - i) Kelompok PKBM Andalan Bangsa Purwokero dengan target peserta 30 orang.
- 3) Keterlibatan Dalam Mengawal Pemilu
- a) KPU mengajar yang dilakukan di SMA 1 Muhammadiyah Purwokerto dengan target peserta 50 orang dengan jangka waktu 3 bulan
- 4) Kebutuhan Masyarakat Akan Informasi
- a) Ngodemas (Ngobrol Demokrasi KPU Banyumas) yang dilakukan melalui kanal youtube KPU dengan target masyarakat umum atau warganet
 - b) Ngecebres
 - c) KPU Menyapa

6. Produksi dan Uji Coba

Produksi dan uji coba adalah tahapan strategi komunikasi yang dilakukan agar media yang telah dikembangkan bisa digunakan dengan maksimal. Pada tahapan ini KPU Kabupaten Banyumas langsung melakukan produksi atau melaksanakan program yang telah direncanakan tanpa melakukan uji coba. Produksi kegiatan yang telah direncanakan KPU Kabupaten Banyumas dapat dilihat pada tabel berikut:

NO	Analisa Masalah	Nama Tempat	Waktu pelaksanaan	Jumlah peserta	
1.	Pemilih Pemula	Nama Tempat	Waktu pelaksanaan	Jumlah peserta	
		Pemilih Pemula			
		SMK Mpu Tantular Kemranjen	Kamis, 10 oktober 2019	30 orang	
		SMK Plus Tunas Bangsa Kebasen	Rabu, 16 Oktober 2019	30 orang	
		Pemilih Muda (KPU Goes To Campus)			
		UNU Purwokerto	5 Oktober 2020	20 tatap muka 80 via zoom	
		IT Telkom Purwokerto	20 Oktober 2020	20 tatap muka 119 via zoom	
		Amikom Purwokerto	23 Oktober 2020	165 via zoom	
		Poltekes Kemenkes Semarang	5 Nopember 2020	15 tatap muka 142 via zoom	
		STT Wiworotomo Purwokerto	3 Nopember 2020	15 tatap muka 125 via zoom	
		STIE Putra Bangsa Kampus 2 Kemranjen	11 Nopember 2020	20 tatap muka 130 via zoom	
		Universitas Muhammadiyah Purwokerto	13 Nopember 2020	60 tatap muka 93 via zoom	
		IAIN Purwokerto	13 Nopember 2020	20 tatap muka 56 via zoom	
		STIKOM Yos Sudarso Purwokerto	18 Nopember 2020	20 tatap muka 174 via zoom	
		Universitas Wijayakusuma Purwokerto	27 Nopember 2020	281 via zoom	

		UHB Purwokerto	1 Desember 2020	20 tatap muka 179 via zoom
		Unsoed Purwokerto	7 Desember 2020	20 tatap muka 25 via zoom
		Nama Tempat	Waktu pelaksanaan	Jumlah peserta
		Basis Perempuan		
		Kelompok Dasa Wisma Perempuan Desa Melung	24 Oktober 2019	30 Orang
		Kelompok perempuan jamaah sholat Al Karomah Sokaraja Lor	31 Oktober 2019	30 Orang
		Marginal		
		Kelompok Tani Mlethek Srengenge Tinggarjaya	21 Oktober 2019	30 Orang
		Kelompok PKL Peseduluran Jalan Kampus (Perjaka)	2 November 2019	30 Orang
		Komunitas Penambang Pasir Kali Serayu	7 November 2019	30 Orang
		Kelompok penerima manfaat PKH desa Kracak	13 November 2019	30 Orang
		Kelompok pekerja migran indonesia Seruni	14 Desember 2019	30 Orang
		PKBM Andalan Bangsa Purwokerto	4 & 12 Desember 2019	30 Orang
		Komunitas Pedagang Taman Kota Ajibarang	27 November 2019	30 Orang
	Keterlibatan Dalam Mengawal Pemilu	KPU mengajar		
3.		SMA 1 Muhammadiyah	3 bulan	50 orang

		Purwokerto		
	Warga internet/ Netizen			
4.	Kebutuhan Masyarakat Akan Informasi	Ngodemas: Langka Pemilu, KPU Ngapa Ya?		
		Ngodemas Dialog Tokoh: Belajar Demokrasi dari sang pendiri Eyang Joko Kaliman		
		Ngodemas: Kalau tidak ada pemilu, Ngapain? Seri bincang parpol		
		Ngodemas Seri Bincang Parpol bersama Partai Kebangkitan Bangsa		
		Ngodemas: Seri Bincang Parpol bersama Partai Gerindra		
		Ngodemas: Seri Bincang Parpol bersama PDI Perjuangan		
		Ngodemas: Seri Bincang Parpol bersama Partai Golkar		
		Ngodemas: Seri Bincang Parpol bersama Partai Nasdem		
		Ngodemas: Dialog tokoh bersama Kapolresta Banyumas		
		Ngodemas: Seri Ramadan bersama penyuluh agama Kemenang		
		Ngodemas: Seri Ramadan bersama Gus Luqman Ketua PC GP Ansor Banyumas		
		Ngodemas: Penerus kartini dari ujung barat banyumas		

	Ngodemas: Seri Bincang Parpol bersama Partai Berkarya
	Ngodemas Seri Ramadan bersama direktur Lazismu Banyumas
	Ngodemas: Seri Bincang Parpol bersama Partai Keadilan Sejahtera
	Ngodemas: Seri Ramadan “silaturahmi tanpa mudik”
	Ngodemas: Seri Bincang Parpol bersama Partai Perindo
	Ngodemas: Seri Bincang Parpol bersama PPP
	Ngodemas: Seri dialog tokoh bersama Ketua KPU Provinsi Jawa Tengah
	Ngodemas: Seri Bincang Parpol bersama PSI
	Ngodemas: Seri Bincang Parpol bersama PAN
	Ngodemas: Seri mengenal KPU bersama Sekertaris KPU banyumas
	Ngodemas: Seri mengenal KPU bersama Ketua KPU Banyumas
	Ngodemas Seri mengenal KPU Banyumas bersama Divisi Sosdiklih, Parmas dan SDM
	Ngodemas Seri mengenal KPU Banyumas bersama Divisi Teknis Penyelenggaraan
	Ngodemas Seri panggung anak muda
	Ngodemas Seri mengenal KPU Banyumas bersama Divisi, Perencanaan Data dan Informasi

		Ngodemas Seri dialog tokoh bersama Divisi Datin KPU Provinsi Jawa Tengah
		Ngodemas Seri Dialog tokoh bersama Divisi teknis Penyelenggaraan KPU Provinsi Jawa Tengah
		Ngodemas Seri panggung anak muda demokrasi dan pemilu
		Ngodemas Seri Dialog tokoh bersama Korsek Bawaslu Banyumas
		Ngodemas Seri panggung anak muda: Demokrasi dan Pemilu
		Ngodemas Seri mengenal KPU Banyumas bersama Divisi Hukum dan Pengawasan
		Ngodemas Seri bincang parpol bersama partai Demokrat
		Ngodemas Serial JDIH
		Ngodemas Seri Bincang Parpol bersama PBB
		Ngodemas Pesiapan KPU Jawa Tengah menghadapi Pemilu dan Pemilihan Serentak 2024
		Ngecebres: Ora Ana Pemilu/Pilkada, KPU Mangan Gaji Buta Ya?
		Ngecebres: Kenangapa Politik Njeleih?
		Ngecebres: Pemilu Penting Apa Ora Ya?
		Ngecebres: Kontrak Politik
		Ngecebres: Banyumas Ulang Taun

		Ngecebres: Setaun Corona, Kowe Gagean Lunga
		Ngecebres: Pengilon
		Ngecebres: 2024
		Ngecebres: Rumah Pintar Pemilu
		Ngecebres: Oligarki
		Ngecebres: Puasa
		Ngecebres: Wong Banyumas, Ilang Banyumasane
		Ngecebres: Wedi Ilang
		Ngecebres: Ngeces Ngelmu
		Ngecebres: Bada
		Ngecebres: Pilkada
		Ngecebres: Refleksi Reformasi
		Ngecebres: Pancasila
		Ngecebres: 2024
		KPU Menyapa bersama Dosen UIN Saizu Purwokerto, Imam Alfi, S.Sos.I., M.Si. dan anggota KPU Banyumas Divisi Sosdiklih, Parmas, dan SDM, Yasum Surrya Mentari, S.IP dengan tema "Membangun Generasi Pemilih Tanpa Mahar"
		KPU Menyapa bersama Divisi Teknis Penyelenggaraan, Hanan Wiyoko dengan tema Peran Masyarakat dalam Tahapan Verifikasi Administrasi Partai Politik Peserta Pemilu 2024

7. Monitoring

Salah satu tahapan penting dalam proses pelaksanaan strategi dan perencanaan adalah monitoring. Monitoring dalam sebuah strategi bertujuan untuk memastikan bahwa suatu perencanaan dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Dengan monitoring suatu kesalahan dapat dideteksi sedini mungkin agar tidak menjadi permasalahan yang besar. Dalam hal ini pelaksanaan monitoring yang dilakukan KPU Kabupaten Banyumas langsung dijalankan oleh anggota yang terlibat dalam suatu program. Sehingga apabila dalam pelaksanaan program terdapat ketidaksesuaian perencanaan dapat diambil kebijakan sesuai dengan situasi dan kondisi yang sedang berlangsung.

8. Evaluasi dan Analisis Masalah

Langkah akhir yang dilakukan dalam proses strategi komunikasi yang dilakukan KPU Kabupaten Banyumas adalah evaluasi dan analisis masalah. Evaluasi dilakukan guna menilai keberhasilan suatu program kegiatan. Penilaian ini dilakukan secara sistematis dengan melihat kesesuaian perencanaan dengan tujuan yang ingin dicapai. Pada tahapan evaluasi ini sebenarnya adalah proses analisis masalah yang dilakukan sebagai langkah awal menyusun strategi komunikasi. Melalui penilaian-penilaian yang terukur dari program yang telah berjalan menjadi dasar bagi KPU Kabupaten Banyumas dalam menyusun program selanjutnya.

D. Partisipasi Pemilih

Partisipasi pemilih atau bisa juga disebut dengan partisipasi politik merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang secara aktif dan sukarela dalam kehidupan politik yaitu dengan jalan memilih pemimpin negara baik secara langsung maupun tidak langsung dan mempengaruhi kebijakan pemerintah. Kegiatan ini mencakup seperti memberikan suara dalam pemilu, menghadiri kegiatan sosialisasi, menjadi bagian dari partai politik atau kelompok kepentingan dan sebagainya.

Partisipasi politik sangatlah penting dilakukan oleh masyarakat karena masyarakat memiliki hak untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik dan mempengaruhi kebijakan pemerintah melalui keikutsertaan mereka dalam pemilihan umum. Partisipasi masyarakat dalam politik merupakan salah satu pilar dalam negara demokrasi karena tanpa adanya partisipasi maka sebuah negara tidak dapat dikatakan sebagai penganut sistem demokrasi karena ketika tidak ada partisipasi masyarakat negara tersebut merupakan negara otoriter.

Dalam penelitian ini, partisipasi masyarakat dalam pemilu merupakan salah satu indikator keberhasilan pemilihan umum. Seperti yang dijelaskan oleh ketua KPU kabupaten banyumas bahwa partisipasi masyarakat adalah tolak ukur sukses tidaknya pemilu diselenggarakan.¹⁵ Selanjutnya, seperti judul penelitian ini yaitu strategi komunikasi komisi pemilihan umum dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024 di kabupaten banyumas, anggota KPU kabupaten banyumas Yasum Surya Mentari menjelaskan bahwa partisipasi pemilih dihitung dari jumlah pemilih yang datang ke tempat pemungutan suara (TPS). Yasum menambahkan pada pemilu tahun 2019 tingkat partisipasi masyarakat di banyumas mencapai 80%, melampaui target partisipasi yang ditargetkan oleh KPU RI yakni sebanyak 77%. Hal ini menurutnya kerja-kerja KPU kabupaten banyumas berhasil dalam mendorong partisipasi masyarakat dalam memilih, ditambah lagi dari data partisipasi pemilih pada pemilu sebelumnya yakni pemilu tahun 2014 partisipasi pemilih di banyumas hanya pada angka 72%.

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian ini, KPU kabupaten banyumas telah melakukan strategi komunikasi dengan baik dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024. Hal tersebut dapat dilihat dari 2 aspek yakni:

1. Partisipasi dalam mengikuti sosialisasi, dan
2. Partisipasi menjadi penyelenggara pemilu.

¹⁵ Wawancara dengan Imam Arif Setiadi.

Pertama, partisipasi dalam mengikuti sosialisasi pemilu masyarakat banyumas dapat dilihat dari berbagai sosialisasi yang telah dilaksanakan oleh KPU kabupaten banyumas. Sosialisasi yang dilakukan KPU kabupaten banyumas terbagi menjadi 2 yaitu secara tatap muka dan daring atau melalui media online seperti media sosial. Kegiatan sosialisasi tatap muka seperti *goes to school*, *goes to campus* dan KPU mengajar. Kemudian kegiatan melalui daring seperti Ngodemas, Ngecebres dan KPU Banyumas menyapa.

Kedua, partisipasi menjadi penyelenggara pemilu yakni partisipasi masyarakat dalam upaya terlibat dalam penyelenggaraan pemilu dan pengelolaan pemilu sebagai bagian dari KPU. Hal ini dapat dilihat dari antusias pendaftar panitia pemilihan kecamatan (PPK) di tingkat kecamatan dan pendaftar panitia pemungutan suara (PPS) di tingkat desa dengan total pendaftar mencapai 2.171 pendaftar PPK dan 4.527 pendaftar PPS.

Peningkatan partisipasi pemilih yang menjadi tujuan dari strategi komunikasi KPU kabupaten banyumas tentu tidak terjadi begitu saja. Proses perencanaan, penyusunan strategi, penentuan program dan pelaksanaan program menjadi faktor keberhasilan dari strategi komunikasi yang dilakukan KPU kabupaten banyumas. Dari berbagai data yang telah dilakukan analisis dalam penelitian ini strategi komunikasi dengan proses perencanaan dan penentuan program yang baik menjadi kunci keberhasilan mencapai tujuan yang diinginkan dan ditetapkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di deskripsikan pada bab sebelumnya. Maka dapat dikemukakan kesimpulan dari tesis dengan judul strategi komunikasi komisi pemilihan umum kabupaten banyumas dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024 adalah sebagai berikut:

Berdasarkan rumusan masalahnya terkait bagaimana strategi komunikasi komisi pemilihan umum kabupaten banyumas dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyongsong pemilu 2024. KPU kabupaten banyumas melakukan 8 langkah strategi komunikasi;

1. Analisa Masalah, analisa masalah yang ditemukan dari strategi komunikasi yang dilakukan komisi pemilihan umum kabupaten banyumas yaitu, 1). Pemilih pemula, 2). komunitas dengan partisipasi rendah, 3). Keterlibatan mengawal pemilu, dan 4). Kebutuhan masyarakat akan informasi.
2. Analisa Situasi, analisa situasi yang terdapat dalam analisa masalah yaitu, 1). Pemilih pemula yang angkanya mencapai 20% dan pemilih muda atau milenial yang mencapai 30%, 2). komunitas dengan partisipasi rendah yang cukup banyak tersebar di berbagai wilayah mulai dari kelompok petani, kaum marginal dan penyandang disabilitas yang mencapai 9.141, 3). Keterlibatan mengawal pemilu dilakukan dengan pelatihan dan pendirian pemilih, yang dapat dilihat dari jumlah pendaftar PPK yang mencapai 2.171 dan pendaftar PPS sebanyak 4.527, dan 4). Kebutuhan masyarakat akan informasi, dilihat dari pengguna internet di indonesia mencapai 212 juta orang dan pengguna media sosial yang mencapai 167 juta orang atau 60 persen dari jumlah total pengguna internet.

3. Analisa Khalayak

Analisa Khalayak yang ditemukan dari analisa masalahnya yaitu yaitu, 1). Pemilih pemula, yang tergolong dalam pemilih pemula yaitu pemilih pemula yang berumur 17-21 tahun dan pemilih muda dengan kisaran umur 21-30 tahun. 2). komunitas dengan partisipasi rendah, diantaranya yaitu, pemilih perempuan, pemilih penyandang disabilitas, pemilih berkebutuhan khusus, dan pemilih marginal. 3). Keterlibatan mengawal pemilu diantaranya yaitu basis komunitas dan keagamaan. dan 4). Kebutuhan masyarakat akan informasi yaitu warga internet atau netizen.

4. Strategi Komunikasi

Dari analisa masalah yang telah dilakukan strategi komunikasi yang digunakan KPU kabupaten banyumas yakni melalui pesan yang disampaikan dengan menggunakan cara dan bahasa yang berbeda disesuaikan dengan penerima pesannya.

5. Perencanaan Kegiatan

Dari perencanaan kegiatan yang dibuat oleh KPU kabupaten banyumas didasarkan pada analisa masalah yakni dengan membuat kelas pemilu untuk pemilih pemula, remaja dan muda, melakukan kegiatan sosialisasi tatap muka bersama komunitas dengan partisipasi rendah dan membuat konten edukasi bagi pengguna media internet melalui media sosial.

6. Produksi dan Uji Coba

KPU kabupaten banyumas melaksanakan kegiatan berdasarkan perencanaan yaitu *KPU goes to school*, *KPU goes to campus*, bagi sasaran pemilih pemula yang terkategori remaja dan pemuda, pendidikan politik melalui media sosial dengan program Ngodemas, Ngecebres dan KPU menyapa, serta sosialisasi berbentuk *workshop* dan seminar ke komunitas dengan partisipasi rendah.

7. Monitoring

Tahapan monitoring dilakukan oleh anggota KPU kabupaten banyumas dalam setiap kegiatan yang terlibat di dalamnya.

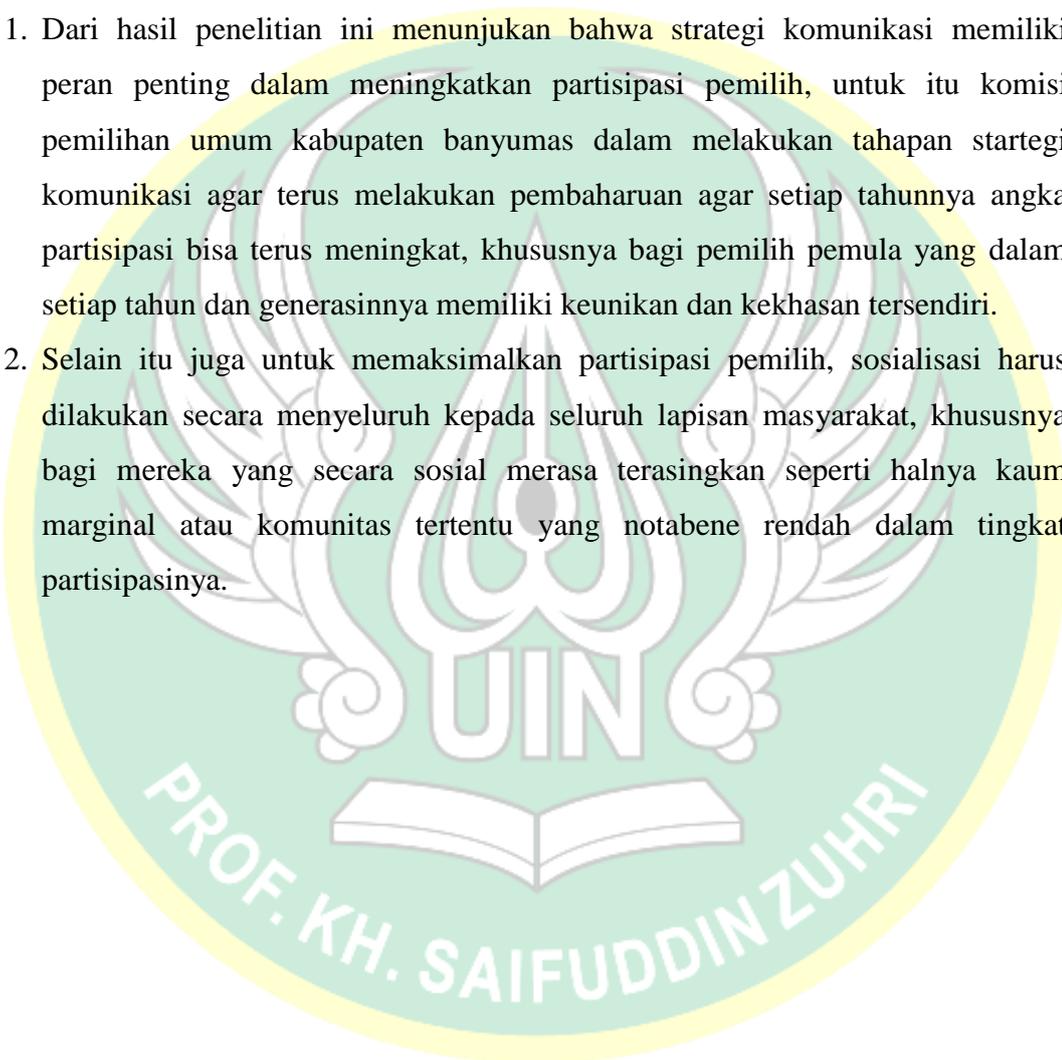
8. Evaluasi

Pelaksanaan evaluasi dilakukan setelah kegiatan setelah dengan melakukan penilaian-penilaian yang terukur sebagai bahan analisa masalah pada tahapan strategi selanjutnya.

B. Saran

Adapun saran yang diajukan tentang penelitian ini sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi memiliki peran penting dalam meningkatkan partisipasi pemilih, untuk itu komisi pemilihan umum kabupaten banyumas dalam melakukan tahapan startegi komunikasi agar terus melakukan pembaharuan agar setiap tahunnya angka partisipasi bisa terus meningkat, khususnya bagi pemilih pemula yang dalam setiap tahun dan generasinya memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri.
2. Selain itu juga untuk memaksimalkan partisipasi pemilih, sosialisasi harus dilakukan secara menyeluruh kepada seluruh lapisan masyarakat, khususnya bagi mereka yang secara sosial merasa terasingkan seperti halnya kaum marginal atau komunitas tertentu yang notabene rendah dalam tingkat partisipasinya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 2015. *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*, Bandung: Citapustaka Media.
- Ahmad. 2020. *Manajemen Strategi*, Makasar: CV Nas Media Pustaka.
- Aisyara Yurinta. 2021. “*Strategi Komunikasi Politik Caleg Perempuan Dalam Pemilu Legislatif DPRD DKI Jakarta Periode 2019-2024 (Studi Kasus Rany Mauliani dan Shilikhah)*” Tesis Universitas Mercu Buana diakses dari: <http://repository.mercubuana.ac.id/id/eprint/59974>. (Diakses pada tanggal 27 mei 2023, pukul 15.37. WIB.)
- Alo Liliweri. 2010. *Strategi Komunikasi Masyarakat*, Yogyakarta: LkiS.
- Andy Dermawan. 2002. *Metodologi Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: LESFI.
- Aris. 2020. *Studi Tentang Angka Partisipasi Politik Dalam Pemungutan Suara pada Pemilihan Umum di Kabupaten Berau*, eJournal Ilmu Pemerintahan Unmul,
- Ariswati. 2021. *Strategi Komunikasi Yang Efektif: Communication For Behavioral Impact (COMBI) Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue*, Banda Aceh: Syiah Kuala University Pres.
- Arni Ni Ketut. 2020. *Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Umum Legislatif di Kota Denpasar*, Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, Vol. 4, No. 2. diakses dari : [Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Umum Legislatif di Kota Denpasar \(journal.undiknas.ac.id\)](http://journal.undiknas.ac.id) (Diakses pada tanggal 19 mei 2023, pukul 21.21. WIB.)
- Asep Syamsul M. Romli. 2013. *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*, Bandung: Romeltea.
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Partisipasi Politik 2019 Pemilu 1955-2019*.
- Bustanol Arifin. 2018. Strategi komunikasi Dakwah Da’i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan, *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 2. diakses pada tanggal 17 juli 2022, pukul 21.21. WIB. dari : [Strategi Komunikasi Dakwah Da’i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan | Arifin | Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi \(uinsgd.ac.id\)](http://uinsgd.ac.id)

- Cholidin Narbuko. 2015. Abu Achmad. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Chotijah. 2018. *Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Garut Dalam Sosialisasi Pemilu 2014 Kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Garut*, Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut Vol.4/No.1. diakses dari: [Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Garut Dalam Sosialisasi Pemilu 2014 Kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Garut \(uniga.ac.id\)](#) pada tanggal 22 mei 2023, pukul 23.33. WIB.)
- Dendy Sugono. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa.
- Eko Sugiarto. 2015. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Suaka Media.
- Fahrurrozi. 2017. *Model-model Dakwah di Era Kontemporer*, Mataram: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Islam Negeri Mataram.
- Halim Rahmawati & Lalongan Muhlin. 2016. *Partisipasi Politik Masyarakat: Teori dan Praktek*, Makasar: CV Sah Media.
- Handayani dan Suci, 2006. *Perlibatan Masyarakat Marginal Dalam Perencanaan dan Penganggaran partisipasi* Surakarta: Kompip Solo.
- Haryanto. 2023. *Hasil Riset Pemilu 1955 Paling Ideal di Indonesia*, Media Indonesia diakses pada tanggal 13 Mei <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/381328/hasil-riset-sistem-pemilu-1955-paling-ideal-di-indonesia>
- Hedi Stiadi. 2016. “*Strategi Komunikasi Politik Para Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Pada Pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat Tahun 2013-2018 (Realisasi Tindak Tutur dan Kesantunan Pada Forum Debat Politik)*” Tesis IAIN Parepare diakses dari: <http://repository.iainparepare.ac.id/id/eprint/1499>. (Diakses pada tanggal 27 mei 2023, pukul 15.00. WIB.)
- Hudayah Nur. 2020. “*Strategi Komunikasi BAZNAZ Kabupaten Pinrang Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat di Lembaga Zakat*” Tesis

- Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, diakses dari: <http://repository.upi.edu/id/eprint/19333>. (Diakses pada tanggal 27 Mei 2023, pukul 15.17. WIB.)
- Ilyas Ismail dan Prio Hotman. 2013. *Filsafat Dakwah "Rekayasa membangun agama dan peradaban islam,"* Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Imam Mulyana. 1992. *Mengupas Konsep Strategi, Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Irawati Singarimbun. 1989. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta :LP3S.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, diakses pada tanggal 16 Mei 2023 pukul 13.09 WIB dari: <https://kbbi.web.id/partisipasi>
- Kartini Kartono. 1997. *Metodologi Research Sosial*. (Bandung: Alumni Bandung).
- Kinkin Yuliaty Subarsa Putri. 2017. *Teori Komunikasi*, Jakarta: Graha Pena Jakarta.
- KPU Dalam Angka (KPU Kabupaten Banyumas) diakses 12 Mei 2023 <https://kab-banyumas.kpu.go.id/page/read/36/pemilu-dalam-angka-kpu-banyumas>.
- Lexy J. Moleong. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lumbu Aliyandi. 2020. *Strategi Komunikasi Dakwah: Studi Masyarakat Miskin Perkotaan Dalam Peningkatan Pemahaman Ajaran Agama Islam*, Yogyakarta: CV.Gree Publishing.
- Merdeka.com, *Ini Tingkat Partisipasi Pemilih pada Pemilu 1955-2014*, diakses pada 12 Mei 2023 di <https://www.merdeka.com/politik/ini-tingkat-partisipasi-pemilih-dari-pemilu-1955-2014.html>
- Miaz Yalvema. 2012. *Partisipasi Politik, Pola Perilaku Pemilih Pemilu Orde Baru dan Reformasi*, UPN Press Padang.
- Muhammad Anni. 2014. *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Muhazir Alfian, et al. 2022. *Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Banyumas dalam Sosialisasi Pilkada 2018 dan Pemilu 2019 Kepada Kelompok*

Disabilitas di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah, Vol. 3, No.1, Jurnal Ilmu Komunikasi..

- Muhazir Alfian, Irawan Feby, dan Fadhilah Alfiyyah Nur. 2022. Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Banyumas dalam Sosialisasi Pilkada 2018 dan Pemilu 2019 Kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No.1.
- Mulyana Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung, PT. Rosdakarya.
- Muri Yusuf. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana.
- Nuroni Soyomukti. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Oliver Sandra. 2007. *Strategi Public Realtion, terj*, London: Erlangga.
- Onong Uchjana Effendi. 1992. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Posdakarya.
- Puskapol UI, *Memaknai Ulang Partisipasi Warga: Tahu, Mampu, Awasi!*, Diakses pada 25 Mei 2023, https://www.puskapol.ui.ac.id/publikasi_puskapol/memaknai-ulang-partisipasi-politik-warga-tahu-mampu-awasi.html.
- Riduwan. 2004. *Metode Riset*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Riinawati. 2019. *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi* Banjarmasin: UIN Antasari.
- Sari Eka Anisa & Adikarti farid Muhammad Rifa'at. 2021. *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Bantul Dalam Sosialisasi Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah Saat Pandemi Covid-19 Tahun 2020*” *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)* Vol.3/No.2. diakses dari: [Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Bantul Dalam Sosialisasi Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah Saat Pandemi Covid-19 Tahun 2020](#), pada tanggal 22 mei 2023, pukul 01.38. WIB)
- Sugiono. 2013. *Metode Penenlitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Syakir Abdullah Zahid dan Aggasi Abbizar. 2019. Strategi Komunikasi Organisasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sumbawa Dalam Mempersipkan Pemilihan Gubernur Nusa Tenggara Barat Tahun 2018, *KAGANGA: Journal of Communication Science* Vol.1/No.1. diakses dari: <http://journal.uts.ac.id> pada tanggal 23 mei 2023, pukul 02.32. WIB.)
- Syarbaini Syahrial, et.al. 2021. *Teori, Media dan Strategi Komunikasi Politik*, Jakarta: Universitas Esa Tunggal.
- Thompson J.L et.al. 2009. *Strategic For Communicating About Climate Change Impact on Public Lands* (Colorado State university, Journal Science Communications, Vol. 31, No. 2,) diakses pada tanggal 15 juni 2023 pada pukul 19:07 WIB dari: <http://SCX.sagepub/JournalScienceCommunications.com> ()
- Undang-undang No 7 Tahun 2017 diakses pada tanggal 12 mei 2023 pukul 20.51 WIB dari: https://jdih.dgip.go.id/produk_hukum/view/id/80.
- Undang-undang No 7 Tahun 2017 diakses pada tanggal 12 Mei 2023 pukul 20.51 WIB dari: https://jdih.dgip.go.id/produk_hukum/view/id/80
- Undang-undang Republik Indonesia No 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden. diakses pada tanggal 15 mei 2023 pukul 23.51 WIB dari: https://www.dpr.go.id/doc.produk_hukum/view/id/
- Undang-undang Republik Indonesia No 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden. diakses pada tanggal 15 mei 2023 pukul 23.51 WIB dari: https://www.dpr.go.id/doc.produk_hukum/view/id/
- Wahyudin Nur Nasution. 2017. *Strategi Pembelajaran*, Medan: Perdana Publishing.
- Wardah Tarisa Karima & Karsa Satya Indra. 2022. *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jawa Barat*, Bandung Conference Series: *Communication Management* Vol.2/No.2,,: 825-830. diakses dari: [Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum \(KPU\) Provinsi Jawa Barat pada tanggal\(unisba.ac.id\)](http://StrategiKomunikasiKomisiPemilihanUmum(KPU)ProvinsiJawaBaratpada.tanggal(unisba.ac.id)) pada tanggal 23 mei 2023, pukul 01.56. WIB.)

Watono Adji & Watono Maya. 2011. *Integrated Marketing Communication That Sells*, Jakarta: Gramedia.

Wawancara dengan Ketua KPU Kabupaten Banyumas Periode 2018-2023, Imam Arif Setiadi, di Kantor KPU Kabupaten Banyumas, Jumat, 19 Mei 2023

Widjaya. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta: PT. Rineka Citra.

Yusuf Ismail Hadid. 2005. *Menghalau Missionaris dan Misi Suciny Mengkristenkan Dunia*, Yogyakarta: Pustaka Fahima.

Zaenab Siti & Salisah Hikmah Hadiati. 2019. *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bangkalan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat*, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.9/No.1. diakses dari: [Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum \(KPU\) Kabupaten Bangkalan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat \(unisby.ac.id\)](#) pada tanggal 22 Mei 2023, pukul 23.50. WIB.)

