

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) KOTA
PEKANBARU DALAM MENSOSIALISASIKAN
PEMILIHAN UMUM 2014**

Oleh :

Rafika Julia

julia.rafika@gmail.com

Pembimbing: Nurjanah, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H. R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761- 63277

Abstract

Based on data from the General Election Commission (KPU) Riau province, the level of participation community in the city of Pekanbaru only reached 55.64% of the total number of people registered in Pekanbaru city DPT. The purpose of this study to determine the strategy, target recognition media selection strategy, objectives and strategy evaluation strategy roles message communicator that is used by the General Elections Commission (KPU) Pekanbaru. The research used a qualitative descriptive methods and data are grouped based on the fact collected by field observation, maintenance and documentation. Informants in this research was 12 people were taken by purposive sampling technique. Interactive data analysis model that use the results of the research are described in the data analysis and checking the validity of the data that the researchers use participatory techniques and triangulation. The results showed that the communication from the Commission concerning the introduction of Pekanbaru, the whole community Pekanbaru registered as voters and target to target position is divided into five segments are strategic voters, religious groups, women's groups, people with disabilities and marginalized groups. After the election of the media are divided into groups and the media, so the media all levels of society can achieve. The content of the message delivered by the election of Pekanbaru is the message compelling, educational and informative. In doing a variety of activities for the 2014 election socialize, Pekanbaru election commission not only work, but formed a team Relationship electoral commission as supported from Pekanbaru to disseminate to the public the 2014 election on the basis of each segment. Communication Strategies that the Commission in Pekanbaru, was very effective visible from the increasing participation of 7% compared to the previous period.

Keyword: strategy, communication, socialize

PENDAHULUAN

Pemilihan umum (Pemilu) adalah salah satu cara dalam sistem demokrasi untuk memilih wakil-wakil rakyat yang akan duduk dilembaga perwakilan rakyat, serta salah satu bentuk pemenuhan hak asasi warga negara dibidang politik. Berdasarkan Undang-Undang No 22 Tahun 2007 Pemilu ditujukan untuk memilih anggota lembaga perwakilan (DPD, DPRD, DPR-RI), Kepala daerah, Presiden dan Wakil Presiden. Pada tahun 2014 ini, masyarakat Indonesia telah menyelenggarakan pemilihan umum. Fakta dalam setiap pelaksanaan pemilihan umum, masyarakat yang tidak menggunakan hak pilihnya selalu ada dan cenderung meningkat dari setiap pelaksanaan Pemilu. Perilaku tidak menggunakan hak pilih tersebut di Indonesia dikenal dengan sebutan golongan putih atau golput. Makna inti kata dari golput itu sendiri yaitu tidak menggunakan hak pilih karena berbagai faktor dan alasan.

Pada tahun 2014 ini, masyarakat Indonesia telah menyelenggarakan pemilihan umum. Fakta dalam setiap pelaksanaan pemilihan umum, masyarakat yang tidak menggunakan hak pilihnya selalu ada dan cenderung meningkat dari setiap pelaksanaan Pemilu. Perilaku tidak menggunakan hak pilih tersebut di Indonesia dikenal dengan sebutan golongan putih atau golput. Makna inti kata dari golput itu sendiri yaitu tidak menggunakan hak pilih karena berbagai faktor dan alasan.

Provinsi Riau sendiri, daerah yang mengalami tingkat partisipasi terendah pada Pemilu di tahun 2009

yaitu berada pada kota Pekanbaru. Berdasarkan data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Riau, tingkat partisipasi masyarakat di kota Pekanbaru hanya mencapai 55,64 % dari total jumlah masyarakat kota Pekanbaru yang terdaftar sebagai Daftar Pemilih Tetap (DPT). Seperti yang terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1 Tingkat Partisipasi Masyarakat di Provinsi Riau Pada Pemilu 2009

No	Kabupaten/ Kota	Tingkat Partisipasi Masyarakat
1	Pekanbaru	55.64 %
2	Kampar	70.22 %
3	Rokan Hulu	74.02 %
4	Rokan Hilir	72.66 %
5	Bengkalis	68.24 %
6	Dumai	66.54 %
7	Siak	70.04 %
8	Pelalawan	68 %
9	Indragiri Hilir	67.75 %
10	Indragiri Hulu	70.08%
11	Kuantan Singingi	76.71 %

Sumber: Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Riau

Berdasarkan tabel tersebut tingkat partisipasi masyarakat di Provinsi Riau dari 11 kabupaten yang ada di Provinsi Riau, Kota Pekanbaru menjadi daerah pemilihan dengan tingkat partisipasi terendah yaitu dengan tingkat partisipasi hanya 55,64%. Artinya, hampir separuh dari total jumlah masyarakat kota Pekanbaru yang terdaftar sebagai Daftar Pemilih Tetap (DPT) tidak menggunakan hak pilihnya.

Banyak faktor yang menyebabkan rendahnya partisipasi masyarakat dalam melaksanakan Pemilu. Beberapa diantaranya yaitu kejenuhan masyarakat terhadap Pemilu, kepercayaan rendah atau adanya kekecewaan (terhadap penyelenggara Pemilu, peserta Pemilu yaitu calon legislatif, calon pemimpin daerah dan partai politik), kurang daya dorong terhadap masyarakat, kesadaran masyarakat rendah. Hal ini dikarenakan kurang informasi, tidak ingin berpartisipasi, tidak tahu hari pemungutan suara dan lain-lain. (sumber: Komisi Pemilihan Umum Kota Pekanbaru)

Untuk itu, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru yang memegang peranan penting dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat, telah mempersiapkan beberapa strategi komunikasi untuk mempersuasi masyarakat agar menggunakan hak pilihnya.

Dalam upaya mengurangi angka golput dan meningkatkan kesadaran masyarakat kota Pekanbaru dalam menggunakan hak pilihnya, tentunya tidak terlepas dari peran komunikasi yang lebih aktif dan efektif yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru. Strategi yang digunakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Pemilu 2014 diantaranya yaitu melakukan publikasi melalui media masa, elektronik, dan media cetak. Dengan cara menyebarkan spanduk dan baliho hingga ke tingkat desa, melaksanakan interaktif atau

talkshow di TV, RRI dll. Selain itu, KPU Kota Pekanbaru juga mensosialisasikan Pemilu 2014 dengan cara komunikasi tatap muka yaitu melalui pertemuan dengan berbagai unsur masyarakat, lembaga pemerintahan, organisasi masyarakat, LSM, Perguruan Tinggi, Sekolah Menengah Umum, Kepolisian, TNI dan Media (dalam berbagai forum). (sumber: Komisi Pemilihan Umum Kota Pekanbaru)

Disini peranan dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru sangat dibutuhkan agar masyarakat lebih memahami pentingnya menggunakan hak pilih melalui sosialisasi yang diberikan. Hal ini tentunya akan berdampak dengan berkurangnya jumlah masyarakat yang tidak memilih di Pemilu 2014 ini. Strategi komunikasi yang diterapkan selama ini belum berdampak secara signifikan untuk menekan angka golput. Dapat dilihat dari masih banyaknya jumlah golput dari periode ke periode selanjutnya di tingkat nasional dan pada pemilihan di tahun 2009 pada masyarakat Provinsi Riau yaitu Pekanbaru sebagai daerah dengan tingkat partisipasi terendah. Penerapan strategi komunikasi yang benar-benar bermasyarakat perlu dilakukan, agar pada Pemilu 2014 tingkat partisipasi masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya semakin meningkat. Dengan melihat permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat judul: "Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Pemilu 2014".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif

kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk

memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan sebagainya. Teknik pengumpulan data yang dikelompokkan berdasarkan kenyataan dilapangan yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 12 orang yang diambil berdasarkan teknik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam pengenalan sasaran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru memiliki sasaran dalam mensosialisasikan Pemilu 2014 yaitu seluruh masyarakat Kota Pekanbaru yang terdaftar sebagai pemilih dan penempatan sasaran dibagi ke dalam 5 segmen pemilih strategis. Kelompok pemilih pemula, kelompok agama, kelompok perempuan, penyandang disabilitas dan kelompok pinggiran.

Dalam melaksanakan suatu strategi komunikasi, dapat dilakukan dengan pemilihan media komunikasi sebagai sarana penyampaian pesan. Pemilihan media komunikasi bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan. Penggunaan media yang tepat tentunya memberikan pengaruh kepada tujuan dari strategi komunikasi yang dilakukan. Ada beberapa media yang penulis amati sangat membantu dalam proses mensosialisasikan Pemilu 2014 seperti: menggunakan media kelompok yaitu mengadakan seminar ataupun diskusi di sekolah-sekolah SMU, kampus-kampus, dan terutama sekali dengan membentuk Relasi Pemilu (Relawan Demokrasi Pemilu). Hal ini akan mempermudah KPU Kota Pekanbaru dalam

purposive sampling . Model analisis data interaktif penulis gunakan untuk menjabarkan hasil penelitian dalam teknik analisa data dan untuk pemeriksaan keabsahan data peneliti menggunakan teknik perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi.

menyentuh langsung khalayaknya sesuai dengan segmentasi atau kelompok-kelompoknya.

Isi pesan yang disampaikan oleh KPU Kota Pekanbaru bersifat persuasif , edukatif dan bersifat informatif. Penyampaian pesan persuasif salah satunya dilakukan pada saat kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru. Teknik komunikasi persuasif ini dilakukan dengan mengajak, menghimbau dan membujuk sasaran komunikasi untuk menggunakan hak pilihnya pada Pemilu 2014. Selain melakukan upaya persuasif dalam mensosialisasikan Pemilu dengan mengajak atau menghimbau masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru juga melakukan penyampaian pesan yang bersifat edukatif ataupun mendidik. Dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru secara tidak langsung juga turut memberikan pendidikan politik kepada masyarakat melalui Pemilu ini. Dan juga memberikan pengarahan kepada masyarakat agar tidak menerima politik uang yang banyak di isukan setiap diadakannya Pemilihan Umum. . Dalam melaksanakan strategi komunikasi

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru juga memberikan informasi tentang tata cara bagaimana memilih dengan baik dan benar. Selain itu juga memberikan informasi mengenai kapan jadwal memilih, siapa saja calon legislatif yang akan mereka pilih nantinya. Pemberian informasi ini bertujuan agar tidak adanya rasa keragu-raguan dari masyarakat yang terdaftar sebagai pemilih tetap terutama sekali pemilih pemula untuk menggunakan hak pilihnya pada April dan Juni 2014. Komisi Pemilihan Umum Kota Pekanbaru memberikan informasi kepada masyarakat mengenai segala hal tentang Pemilu. Sehingga masyarakat yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu. Ini terlihat dari

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi KPU Kota Pekanbaru dari segi pengenalan sasaran yaitu seluruh masyarakat Kota Pekanbaru yang terdaftar sebagai pemilih dan penempatan sasaran dibagi ke dalam 5 segmen pemilih strategis yaitu pemilih pemula, kelompok agama, kelompok perempuan, penyandang disabilitas dan kelompok pinggiran. Setelah itu pemilihan media terbagi dalam media kelompok dan media massa sehingga dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Isi pesan yang disampaikan oleh KPU Kota Pekanbaru bersifat pesan persuasif, edukatif dan informatif. Didalam melakukan berbagai kegiatan mensosialisasikan Pemilu 2014, KPU Kota Pekanbaru tidak bekerja sendiri namun membentuk Tim Relasi Pemilu sebagai perpanjangan tangan dari KPU Kota Pekanbaru untuk mensosialisasikan Pemilu 2014 kepada masyarakat berdasarkan

meningkatnya partisipasi masyarakat sebesar 7% dari periode sebelumnya.

Pemilihan komunikator dalam komunikasi. Didalam melakukan berbagai kegiatan mensosialisasikan Pemilu 2014, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru tidak bekerja sendiri namun membentuk Tim Relasi Pemilu sebagai perpanjangan tangan dari KPU Kota Pekanbaru untuk mensosialisasikan Pemilu 2014 kepada masyarakat berdasarkan segmennya masing-masing. Hal ini sudah cukup efektif untuk memudahkan pihak KPU Kota Pekanbaru untuk menyentuh langsung masyarakat berdasarkan segmentasinya untuk mensosialisasikan Pemilu 2014.

KESIMPULAN DAN SARAN

segmennya masing-masing. Dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPU Kota Pekanbaru, ternyata cukup efektif terlihat dari meningkatnya partisipasi masyarakat sebesar 7% dari periode sebelumnya.

Adapun saran yang ingin penulis sampaikan kepada KPU Kota Pekanbaru yaitu bagi KPU Kota Pekanbaru agar menaruh perhatian yang lebih serius dalam hal sosialisasi kepada masyarakat khususnya masyarakat Kota Pekanbaru yang terdaftar sebagai pemilih tetap. Pemilihan media secara tepat dan efisien sangat berperan penting dalam hal menekan golput di daerah Pekanbaru. Diharapkan kepada masyarakat, media dan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru saling bekerjasama dalam menyebarkan informasi mengenai Pemilu, agar kepercayaan masyarakat yang selama ini rendah kepada penyelenggara dan

peserta pada Pemilu bisa meningkat

pada Pemilu selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasillah, Chaedar.A. 2002. *Pokoknya Kualitatif (Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif)*. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya
- Arifin Jaenal dan Syamsir Salam, 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: UIN Jakarta Press
- Bryson, M. J. 2005. *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Cangara, Hafield. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Effendy, Uchajana Onong. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- _____.2002. *Hubungan Masyarakat Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- _____.2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- _____. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- _____. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. UMM Press
- Harwoko, Dwi. 2004. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Erlangga
- Hardiansyah, H. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Manajemen Strategi Public Relation*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Media Group
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muslimin, 2004, *Hubungan Masyarakat dan Konsep Kepribadian*. Malang: UMM Press
- Patilima, Hamid. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Memberdah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Utama

- Rasyid, Anwar. 2009. *Kapita Selekta Humas*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- _____.2005. *Metode Penelitian Komunikasi, Analisis Statistik*, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Soemirat, Soleh, Hidayat Satari, dan Asep Suryana, 2007. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Remaja Rosda Karya
- Suranto. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sutaryo. 2005. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran
- Syam, Nina Winangsih. 2001. *Perencanaan Pesan dan Media*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Media Online :**
www.kpu.go.id