

Strategi Komunikasi KPU Kota Padang Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang

Altarisya Salsabila Azzahra

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Dharma Andalas
e-mail: altarisyazahra@gmail.com

Abstrak

Partisipasi pemilih di Kota Padang selalu berada dibawah partisipasi pemilih secara keseluruhan di Indonesia. Berdasarkan data tertera pada website kpu.go.id, partisipasi pemilu di Kota Padang berada dibawah 80%. Hal ini disebabkan karena munculnya golongan putih di Kota Padang yang membuat partisipasi masyarakat terhadap berpolitik menjadi berkurang. Maka dari itu penelitian ini akan menganalisis bagaimana strategi komunikasi KPU Kota Padang dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat Kota Padang. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) kota Padang. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki informan kunci dan informan pendukung. Penelitian ini menggunakan 3 teknik pengumpulan data, seperti teknik wawancara, teknik observasi, dan teknik dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi KPU kota Padang dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat kota Padang dalam mengedukasi, memfasilitasi, mengsosialisasikan pelenggaraan pemilu mengikuti arahan dari pemerintah daerah dalam pasal 434 undang-undang no.7 tahun 2017. KPU Padang berupaya melakukan pendekatan dengan masyarakat setempat melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan secara tatap muka, melakukan pendaatan ke rumah masyarakat, memberikan informasi terkait kegiatan kepemiluan dan membuat konten yang mengedukasi masyarakat, hingga menyediakan rumah pintar pemilu.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, KPU, Partisipasi Politik*

Abstract

Voter participation in Padang City has always been below overall voter participation in Indonesia. Based on the data listed on the kpu.go.id website, election participation in Padang City is below 80%. This is due to the emergence of the white group in Padang City which has reduced public participation in politics. Therefore, this research will analyze how the communication strategy of the KPU of Padang City in increasing the political participation of the people of Padang City. This research method uses descriptive qualitative research methods. This research was conducted at the General Election Commission (KPU) office in Padang city. In this study, researchers have key informants and supporting informants. This

research uses 3 data collection techniques, such as interview techniques, observation techniques, and documentation techniques. The results of this study indicate that the communication strategy of the KPU of Padang city in increasing the political participation of the people of Padang city in educating, facilitating, socializing the holding of elections follows the direction of the local government in article 434 of law no.7 of 2017. KPU Padang seeks to approach the local community through socialization activities carried out face-to-face, making visits to people's homes, providing information related to electoral activities and creating content that educates the public, to providing election smart homes.

Keywords: *Communication Strategy, KPU, Political Participation*

PENDAHULUAN

Partisipasi pemilih di Kota Padang selalu berada di bawah rata-rata nasional Indonesia. Data KPU mencatat bahwa pada 2014, partisipasi pemilu di Kota Padang hanya 61%, sementara di Sumatera Barat 63,74%, dan Indonesia secara keseluruhan 69,78%. Meskipun mengalami peningkatan pada 2019 (79% di Kota Padang), tetap di bawah rata-rata nasional (81,97%). Dalam menghadapi pemilu 2024, diperlukan strategi KPU Kota Padang untuk meningkatkan partisipasi.

Peningkatan partisipasi juga terlihat pada PILKADA Kota Padang, khususnya pada 2018 (64,05% dari 57,7% pada 2013). KPU Kota Padang telah mengurangi golput dengan meningkatkan sosialisasi melalui tokoh masyarakat, media massa, dan Rumah Pintar Pemilu (RPP). Namun, upaya konvensional perlu dipertimbangkan ulang.

Pemilihan umum diatur oleh undang-undang nomor 7 tahun 2017, mengacu pada prinsip demokrasi dan kedaulatan rakyat. Peran KPU Kota Padang menjadi krusial dalam menyelenggarakan pemilu yang baik. Indonesia, sebagai negara demokratis, menginginkan partisipasi politik yang luas dari masyarakat.

Tingkat golput di Kota Padang juga menjadi perhatian. Meskipun fenomena ini sudah lama ada, terjadi peningkatan sejak era reformasi. Golput dapat terkait dengan ketidakpuasan terhadap partai politik atau masalah administratif. Oleh karena itu, KPU Kota Padang perlu merancang strategi komunikasi yang efektif untuk mengatasi permasalahan ini.

Dengan keragaman bangsa, KPU harus bekerja keras untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Strategi komunikasi KPU Kota Padang menjadi fokus penelitian, mengidentifikasi bagaimana meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam bidang komunikasi serta memberikan panduan bagi KPU Kota Padang dalam merancang strategi yang efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan kejadian dan keadaan. Teknik pengumpulan data melibatkan wawancara, observasi, dan dokumentasi di KPU Kota Padang. Analisis data kualitatif dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validasi data menggunakan triangulasi teknik, sumber, dan waktu untuk memastikan keabsahan informasi dari berbagai aspek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia

KPU pertama (1999–2001) dibentuk dengan Keppres No 16 Tahun 1999, beranggotakan 53 orang anggota, dari unsur pemerintah dan Partai Politik. KPU kedua (2001-2007) dibentuk dengan Keppres No 10 Tahun 2001, beranggotakan 11 orang, dari unsur akademis dan LSM. KPU ketiga (2007-2012) dibentuk berdasarkan Keppres No 101/P/2007 yang berisikan tujuh orang anggota yang berasal dari anggota KPU Provinsi, akademisi, peneliti dan birokrat dilantik tanggal 23 Oktober 2007 minus Syamsulbahri yang urung dilantik Presiden karena masalah hukum. Untuk menghadapi pelaksanaan Pemilihan Umum 2009, image KPU harus diubah sehingga KPU dapat berfungsi secara efektif dan mampu memfasilitasi pelaksanaan Pemilu yang jujur dan adil. Terlaksananya Pemilu yang jujur dan adil tersebut merupakan faktor penting bagi terpilihnya wakil rakyat yang lebih berkualitas, dan mampu menyuarakan aspirasi rakyat. Sebagai anggota KPU, integritas moral sebagai pelaksana pemilu sangat penting, selain menjadi motor penggerak KPU juga membuat KPU lebih kredibel di mata masyarakat karena didukung oleh personal yang jujur dan adil. Tepat tiga tahun setelah berakhirnya penyelenggaraan Pemilu 2004, muncul pemikiran di kalangan pemerintah dan DPR untuk meningkatkan kualitas pemilihan umum, salah satunya kualitas penyelenggara Pemilu. Untuk itu atas usul inisiatif DPR-RI menyusun dan bersama pemerintah mensyahkan Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu. Sebelumnya keberadaan penyelenggara Pemilu terdapat dalam Pasal 22-E Undang-undang Dasar Tahun 1945 dan Undang-undang Nomor 12 Tahun 2003 Tentang Pemilu DPR, DPD dan DPRD, Undang-undang Nomor 23 Tahun 2003 Tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden. Dalam Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu diatur mengenai penyelenggara Pemilihan Umum yang dilaksanakan oleh suatu Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri. Sifat nasional mencerminkan bahwa wilayah kerja dan tanggung jawab KPU sebagai penyelenggara Pemilihan Umum mencakup seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sifat tetap menunjukkan KPU sebagai lembaga yang menjalankan tugas secara berkesinambungan meskipun dibatasi oleh masa jabatan tertentu. Sifat mandiri menegaskan KPU dalam menyelenggarakan Pemilihan Umum bebas dari pengaruh pihak mana pun. Perubahan penting dalam undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu, meliputi pengaturan mengenai lembaga penyelenggara Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah; Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden; serta Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang sebelumnya diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan kemudian disempurnakan dalam 1 (satu) undang-undang secara lebih komprehensif. Dalam undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu diatur mengenai KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota sebagai lembaga penyelenggara pemilihan umum yang permanen dan Bawaslu sebagai lembaga pengawas Pemilu. KPU dalam menjalankan tugasnya bertanggung jawab sesuai dengan peraturan perundang-undangan serta dalam hal penyelenggaraan seluruh tahapan pemilihan umum dan tugas lainnya. Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang

Penyelenggara Pemilu juga mengatur kedudukan panitia pemilihan yang meliputi PPK, PPS, KPPS dan PPLN serta KPPSLN yang merupakan penyelenggara Pemilihan Umum yang bersifat ad hoc. Panitia tersebut mempunyai peranan penting dalam pelaksanaan semua tahapan penyelenggaraan Pemilihan Umum dalam rangka mengawal terwujudnya Pemilihan Umum secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Dalam rangka mewujudkan KPU dan Bawaslu yang memiliki integritas dan kredibilitas sebagai Penyelenggara Pemilu, disusun dan ditetapkan Kode Etik Penyelenggara Pemilu. Agar Kode Etik Penyelenggara Pemilu dapat diterapkan dalam penyelenggaraan Pemilihan Umum, dibentuk Dewan Kehormatan KPU, KPU Provinsi, dan Bawaslu. Di dalam Undang-undang Nomor 12 Tahun 2003 Tentang Pemilu DPR, DPD dan DPRD, jumlah anggota KPU adalah 11 orang. Dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu, jumlah anggota KPU berkurang menjadi 7 orang. Pengurangan jumlah anggota KPU dari 11 orang menjadi 7 orang tidak mengubah secara mendasar pembagian tugas, fungsi, wewenang dan kewajiban KPU dalam merencanakan dan melaksanakan tahap-tahap, jadwal dan mekanisme Pemilu DPR, DPD, DPRD, Pemilu Presiden/Wakil Presiden dan Pemilu Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah. Menurut Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu, komposisi keanggotaan KPU harus memperhatikan keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30% (tiga puluh persen). Penyelenggara Pemilu berpedoman kepada asas, mandiri, jujur, adil, kepastian hukum, tertib penyelenggara Pemilu, kepentingan umum, keterbukaan, proporsionalitas, profesionalitas, akuntabilitas, efisiensi dan efektivitas. Cara pemilihan calon anggota KPU-menurut Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu-adalah Presiden membentuk Panitia Tim Seleksi calon anggota KPU tanggal 25 Mei 2007 yang terdiri dari lima orang yang membantu Presiden menetapkan calon anggota KPU yang kemudian diajukan kepada Dewan Perwakilan Rakyat untuk mengikuti fit and proper test. Sesuai dengan bunyi Pasal 13 ayat (3) Undang-undang N0 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu, Tim Seleksi Calon Anggota KPU pada tanggal 9 Juli 2007 telah menerima 545 orang pendaftar yang berminat menjadi calon anggota KPU. Dari 270 orang calon yang lolos tes administratif, 45 orang bakal calon anggota KPU lolos tes tertulis dan rekam jejak yang diumumkan tanggal 31 Juli 2007.

Gambaran Umum Komisi Pemilihan Umum Kota Padang Visi KPU Kota Padang yaitu Menjadi Penyelenggara Pemilihan Umum yang Mandiri, Professional, dan Berintegritas untuk Terwujudnya Pemilu yang LUBER dan JURDIL. Upaya yang dilakukan untuk mewujudkan visi serta menggambarkan tindakan yang disesuaikan dengan tugas dan fungsi Komisi Pemilihan Umum (KPU), maka misi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Sumatera Barat mengalami perubahan sebagai berikut: Meningkatkan integritas penyelenggara Pemilu dengan memberikan pemahaman secara intensif dan komprehensif khususnya mengenai kode etik penyelenggara Pemilu; Mewujudkan penyelenggara Pemilu yang efektif dan efisien, transparan, akuntabel, serta aksesable. Dalam mewujudkan visi dan melaksanakan misi tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Padang adalah: Terwujudnya lembaga KPU yang memiliki integritas, kompetensi, kredibilitas, dan kapabilitas dalam menyelenggarakan Pemilu. Meningkatnya partisipasi politik masyarakat dalam pelaksanaan demokrasi di Indonesia. Rumah Pintar Pemilu KPU

Kota Padang Rumah Pintar Pemilu adalah sebuah konsep Pendidikan pemilih yang dilakukan melalui pemanfaatan ruang dari suatu bangunan atau bangunan khusus untuk melakukan seluruh program-aktifitas project edukasi masyarakat. Pada rumah pintar pemilu ini, satu sisi berbagai program Pendidikan pemilih dilakukan, dan pada sisi yang lain ia menjadi wadah bagi komunitas pegiat pemilu membangun Gerakan. Berbagai sarana untuk memberikan pengetahuan, pemahaman, kesadaran dan inspirasi masyarakat tentang pentingnya pemilu dan demokrasi disediakan di rumah pintar pemilu. Untuk menjalankan fungsi itu berbagai hal tentang pemilu dan demokrasi, disampaikan melalui penayangan audio visual, ruang pameran, ruang simulasi dan ruang diskusi. Pada fungsi yang lebih luas, konsep rumah pintar pemilu dapat difungsikan menjadi semacam museum pemilu. Rumah pintar pemilu itu menjadi penting untuk menjawab kebutuhan pemilih dan masyarakat umum akan hadirnya sebuah sarana untuk melakukan edukasi nilai-nilai demokrasi dan kepemiluan. Rumah pintar pemilu diharapkan dapat membentuk generasi bangsa yang mampu menerjemahkan nilai demokrasi sesuai khittahnya. Materi edukasi yang disajikan dalam rumah pintar pemilu harus memuat sarana untuk memperkenalkan, memahami, menanamkan kesadaran dan menginspirasi masyarakat terhadap pentingnya nilai-nilai demokrasi. Sarana itu dapat berupa Sejarah, proses kepemiluan, dan simulasi proses pemilihan. Rumah demokrasi juga harus dapat menjadi wadah bagi komunitas pegiat pemilu dalam melahirkan gagasan pembaruan dan perbaikan proses politik dan demokrasi. Dalam rumah pintar pemilu, paling tidak, terdapat empat klasifikasi ruangan yang memiliki fungsi penayangan audio visual, ruang pameran, ruang simulasi dan ruang diskusi.

4.1.4 Struktur Lembaga Komisi Pemilihan Umum Kota Padang Data Pemilihan Presiden Kota Padang Tahun 2014 Partisipasi Pemilih Kecamatan Pemilihan Umum Kota Padang Tahun 2019

Berdasarkan pada keputusan KPU RI pada tingkat partisipasi, tingkat partisipasi yang harus dicapai secara nasional targetnya adalah 77,5%. Sedangkan di KPU Kota Padang sendiri, ada 5 pemilihan yang kita ketahui, 5 pemilihan tersebut yaitu presiden, DPR RI, DPD, DPRD Provinsi dan DPRD Kota. Dari masing-masing penyelenggaraannya, KPU Kota Padang mencapai lebih dari pada target partisipasi nasional, yaitu rata-rata 79%, kecuali di pemilihan presiden, pemilu presiden dapat dilihat yaitu ada di 81%, ini merupakan capaian dari pada target partisipasi yang ditetapkan secara nasional. Maka karena itu, KPU Kota Padang sudah pasti akan tetap menjalankan strategi untuk pemilu yang akan dilaksanakan pada february 2024 mendatang.

4.1.7 Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilihan Umum Tahun 2024

Berdasarkan observasi yang dilakukan dari hasil diskusi bersama dengan anggota KPU Padang, yaitu Atika Triana selaku ketua divisi sosialisasi dan partisipasi masyarakat, target capaian partisipasi nasional KPU masih di kisaran angka 77,5%, merujuk kepada data pemilu tahun 2019, KPU Padang mampu mencapai lebih dari itu, tentu kedepannya dalam pemilu 2024. Hal ini juga menjadi konsentrasi KPU Padang untuk mencapai target partisipasi nasional, dan yang menjadi target utamanya adalah lebih dari mencapai target partisipasi nasional tersebut seperti di 2019.

Maka didahulukan masyarakat yang teredukasi, yang dapat mencari informasi-informasi melalui media, dengan pintar bermedia soaial, menghindari isu-isu di media sosial terkait hal yang akan memecah belah.” (Atika Triana, Padang, 18 Juli 2023, Wawancara dengan peneliti.) Dari hasil wawancara, terlihat bahwa KPU Padang melakukan kegiatan

sosialisasi dengan beberapa kelompok serta komunitas tertentu untuk mengcerdaskan masyarakat agar masyarakat tidak mudah dipengaruhi preferensi nya untuk memilih. Dijanjikan oleh money politic, dipengaruhi oleh politic identitas, dipengaruhi oleh sara, dipengaruhi oleh adanya uang yang hanya dinikmati sesaat tetapi terkait dengan komitmen untuk menjalankan pemerintahan ini nanti bisa jadi mengecewakan.” (Atika, Padang, 18 Juli 2023, Wawancara dengan peneliti.) Atika selaku anggota KPU ketua divisi sosialisasi dan partisipasi masyarakat juga menambahkan keterangan terkait beberapa lain nya yang dapat memengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih dalam kutipan wawancara berikut: Di umur 21 sampai 27 untuk mereka yang sudah pernah memilih, KPU Padang akan melakukan kegiatan sosialisasi literasi demokrasi, kegiatan nya itu berupa membuat suatu tulisan mengenai harapan pemilu 2024. Tetapi dengan adanya media sosial yang bisa dijangkau hampir lebih dari 75% itu penikmat media sosial dan cukup banyak, kita harapkan informasi ini dapat tersampaikan kepada masyarakat secara luas di seluruh kalangan umum pemilih.” (Atika, Padang, 18 Juli 2023, Wawancara dengan peneliti.)

Feedback yang diharapkan oleh KPU Padang yaitu adalah bagaimana membangun masyarakat cerdas, masyarakat yang memiliki pengetahuan, masyarakat yang preferensi pemilihnya terkait penggunaan hak konsitusi nya tidak mudah dipengaruhi. “Ketika sudah sampai kepada kelompok atau circle yang dikatakan pemilih yang cerdas, itulah artinya tidak hanya persoalan pemilih / partisipasi saja yang kita targetkan tetapi masyarakat yang cerdas / teredukasi itulah yang kita harapkan untuk meningkatkan kualitas pemilih.” (Atika, Padang, 18 Juli 2023, Wawancara dengan peneliti.) Dari hasil wawancara, dapat dikatakan bahwa KPU Padang paling banyak menggunakan teknik Informatif dalam menjalankan strategi komunikasi nya dengan tujuan untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat di kota Padang. Hal ini sesuai dengan yang diutarakan oleh Atika selaku anggota KPU ketua divisi sosialisasi dan partisipasi masyarakat ketika di wawancara: Yang bersangkutan tidak terdaftar, tentu tidak dapat undangan, lalu disampaikan kepada TPS nya, tetap bisa ikut serta dalam kegiatan pemilihan dengan membawa KTP.” (Atika, Padang, 18 Juli 2023, Wawancara dengan peneliti.) KPU padang sebagai komunikator menyampaikan pesan berupa informasi terkait hal ini kepada masyarakat agar masyarakat tidak lagi kehilangan hak pilih mereka dengan alasan administratif yang tidak disengaja. Masyarakat sebagai komunikan dapat mencari informasi mengenai hal ini di media sosial Instagram dan tiktok KPU Padang, feedback yang dituju oleh KPU Padang yaitu agar masyarakat tidak lagi kekurangan pengetahuan atau ketinggalan informasi dan dapat menggunakan hak pilih mereka pada hari pemilihan umum. Hal ini dijelaskan oleh Atika Triana selaku anggota KPU divisi sosialisasi dan partisipasi masyarakat dalam kutipan wawancara berikut: Jadi jumlahnya ada 8 TPS khusus, dan itu semua sudah di data berapa jumlah pemilih yang ada disana sampai nanti pemilu 2024” (Atika, Padang, 18 Juli 2023, Wawancara dengan peneliti.) Beda dengan yang sedang berada di rumah sakit, karena tidak dapat diprediksi, maka akan di data beberapa hari sebelum pemilu.” (Atika, Padang, 18 Juli 2023, Wawancara dengan peneliti.) Namun sebagai warga negara yang baik, masyarakat sebaiknya memiliki kemauan untuk ikut memilih pemimpin pada hari pemilihan umum, ketika kemauan ini sudah didasari atas keinginan dan pengetahuan, tentunya KPU Padang tidak hanya mencapai target partisipasi lagi, tetapi pada kualitas pemilu nya. Rumah Pintar Pemilu juga

menyediakan brosur, untuk memberitahukan bahwa Rumah Pintar Pemilu ini menyediakan ruang diskusi dan menjadi media visual dalam penyampaian informasi maupun edukasi.” (Atika, Padang, 18 Juli 2023, Wawancara dengan peneliti.) Pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPU Padang dengan menggunakan teknik edukatif ini, KPU Padang menjadi komunikator untuk menyampaikan pesan berupa informasi mengenai kegiatan kepemiluan, Sejarah kepemiluan dan hal-hal terkait kepemiluan lain nya yang dapat dijumpai oleh masyarakat kota Padang pada Rumah Pintar Pemilu.

Hasil dan Pembahasan Penelitian

Pada tahapan ini peneliti menggali strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPU Padang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di Kota Padang berdasarkan analisis data pada hasil penelitian. Berdasarkan hasil analisis dari data dan wawancara yang didapatkan, terlihat bahwa salah satu cara KPU Padang dalam melakukan strategi komunikasi yaitu dengan menggunakan media sosial Tiktok untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ngulang pesan, yaitu dengan cara membuat konten berupa video yang diunggah ke akun resmi Tiktok KPU Kota Padang. Pesan yang disampaikan di dalam video-video tersebut yaitu berupa ajakan untuk ikut serta berpartisipasi pada pemilihan umum 2024 yang akan datang, selain dari itu, video-video tersebut juga berisi pesan yang memperingati masyarakat bahwa Indonesia sudah mendekati hari pemilihan umum yaitu 14 Februari 2024. Oleh karena itu, KPU Kota Padang membuat konten video-video tersebut dengan berbagai macam variasi namun berisi pesan yang sama yang diunggah berulang kali. Pada strategi komunikasi ini KPU Kota Padang menggunakan teknik Redudancy / Repetition dalam mempengaruhi masyarakat Kota Padang dengan menggunakan media sosial Tiktok. Strategi komunikasi berikutnya yang dilakukan oleh KPU Kota Padang yaitu adalah kegiatan sosialisasi. Pada strategi komunikasi ini KPU Kota Padang menggunakan teknik Canalizing dalam melakukan sosialisasi-sosialisasi kepada masyarakat dengan mengelompokkan mereka sesuai dengan klasifikasi DPT. Strategi komunikasi berikutnya yang dilakukan oleh KPU Kota Padang yaitu adalah menyebarkan informasi secara luas kepada masyarakat. penyebaran informasi ini dilakukan dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial Instagram, Tiktok dan juga membuat pengumuman mengenai kegiatan kepemiluan melalui website resmi KPU Padang. Dengan tersedianya akun-akun media sosial resmi KPU Padang, masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai tahapan untuk ikut serta memilih pada hari pemungutan suara, selain itu KPU Padang juga melakukan kegiatan pendataan ke rumah-rumah, dengan itu masyarakat jadi tahu ditempat mana nantinya mereka akan memilih. Pada strategi komunikasi ini KPU Kota Padang menggunakan teknik Informatif dengan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai tahapan kepemiluan melalui media sosial serta website dan juga melakukan kegiatan pendataan ke rumah-rumah / tempat-tempat umum tertentu. Strategi komunikasi berikutnya yang dilakukan oleh KPU Kota Padang yaitu adalah membuat konten di aplikasi Tiktok resmi KPU Padang yang dimana pesan mengandung unsur yang mempengaruhi masyarakat dengan jalan yang membujuk. Pengguna aplikasi Tiktok ini kebanyakan adalah kaum milenial dimana mereka rata-rata merupakan pemilih pemula, maka dari itu konten dibuat dengan semenarik mungkin agar dapat menarik antusiasme dan perhatian mereka untuk ikut serta berpartisipasi pada pemilu

2024 mendatang. Pada strategi komunikasi ini KPU Kota Padang menggunakan teknik Persuasif dengan menyampaikan pesan yang bersifat membujuk dan mengemasnya dalam bentuk video yang diunggah pada media sosial Tiktok resmi KPU Padang. Strategi komunikasi berikutnya yang dilakukan oleh KPU Kota Padang yaitu adalah dengan menyediakan Rumah Pintar Pemilu untuk mengedukasi masyarakat. Rumah Pintar Pemilu menyediakan ruang diskusi, media visual serta berbagai sarana untuk memberikan edukasi berupa pengetahuan, pemahaman, kesadaran dan inspirasi masyarakat tentang kegiatan kepemiluan. Rumah Pintar Pemilu ini terbuka untuk masyarakat umum dimana sasaran nya adalah seluruh segmentasi yang terdapat dalam masyarakat (pra pemilih, pemilih pemula, mahasiswa, perempuan, disabilitas, dan lain-lain). Rumah Pintar Pemilu dapat dikunjungi sesuai dengan jadwal kunjungan yang telah ditentukan, oleh karena itu KPU Padang membuat brosur khusus untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat mengenai ketersediaan Rumah Pintar Pemilu. Pada strategi komunikasi ini KPU Kota Padang menggunakan teknik Edukatif dengan memberikan edukasi kepada masyarakat dengan menyediakan Rumah Pintar Pemilu yang terbuka untuk masyarakat umum. KPU Padang mengutamakan masyarakat yang teredukasi dalam menjalankan strategi komunikasi, Untuk itu masyarakat harus memiliki kesadaran di dalam diri mereka terlebih dahulu. KPU Padang melakukan berbagai macam kegiatan baik itu secara langsung atau tidak langsung dengan menyampaikan pesan – pesan yang isinya bersifat tidak memaksa dan juga tidak terdapat perintah atau intimidasi dalam menjalankan strategi komunikasi. Faktor pendukung dari kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU ini yaitu ketersediaan anggaran yang harus dikolaborasikan dengan situasi. KPU Padang tidak memiliki faktor penghambat dalam menjalankan kegiatan sosialisasi terkait peningkatan partisipasi masyarakat di kota Padang ini, namun masih ada beberapa masyarakat yang tidak melihat adanya kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU ini dikarenakan kesibukan dari runititas mereka sehari-hari yang tidak dapat ditinggalkan sehingga menjadi ketinggalan informasi. Wawancara sudah dikonfirmasi dengan salah satu informan pendukung terkait kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Padang, KPU Padang belum maksimal dalam strategi komunikasi perihal menyampaikan pesan kepada masyarakat secara keseluruhan. Dengan ketersediaan anggaran yang diturunkan, KPU Padang belum memanfaatkan platform digital dengan sepenuhnya, KPU Padang selama ini lebih banyak menggunakan anggaran tersebut untuk memasang iklan pada media cetak. Jadi media seperti apa yang mereka gunakan untuk komunikasi, KPU Padang perlu melihat terlebih dahulu kondisi di lapangan dengan mencari tahu masyarakat pada zaman ini meleknnya kemana, apakah pada saat ini mereka berkomunikasi via televisi dengan cara menyampaikannya melalui iklan, koran atau media online. Maka dari itu KPU Padang perlu untuk melakukan survey terlebih dahulu untuk mengetahui bagaimana informasi dapat cepat tersampaikan kepada komunikan. Media sosial bisa mereka manfaatkan dengan menggunakan akun-akun influencer dalam menjalankan strategi komunikasi agar informasi dapat diketahui dengan cepat. Influencer-influencer yang memiliki akun sosial media dengan pengikut yang banyak itu dapat dimanfaatkan untuk menjalankan strategi komunikasi dalam mengajak masyarakat agar turut berpartisipasi. Pada generasi saat ini dimana masyarakat lebih banyak menggunakan internet dibandingkan dengan menonton televisi, KPU Padang dapat memanfaatkan media

sosial untuk menarik perhatian masyarakat. Oleh karena itu perlu meningkatkan komunikasi politik dengan memanfaatkan influencer-influencer pengguna media sosial dengan pengikut yang banyak yang diikuti oleh masyarakat dari semua kalangan. Pemasangan iklan di media cetak seperti koran hanya sebatas anggaran KPU Padang untuk membuat iklan dan bagi perusahaan media tentunya itu merupakan suatu keuntungan, tetapi yang dituju adalah bagaimana agar partisipasi masyarakat di Kota Padang dapat meningkat. Pada zaman digital ini, platform online dapat digunakan dalam menjalankan strategi komunikasi melalui media. KPU Padang melakukan strategi komunikasi dan dalam komunikasi tersebut terdapat unsur pesan, orang yang menyampaikan pesan tersebut disebut sebagai komunikator, lalu ada media nya sebagai saluran. Apabila KPU Padang masih menggunakan media yang pesannya berkemungkinan kecil untuk dapat tersampaikan secara cepat, maka akan lebih menimbulkan efek apabila pesan disampaikan melalui media sosial dengan memanfaatkan akun besar yang dapat menyampaikan informasi kepada kalangan masyarakat secara keseluruhan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian sebelumnya, KPU Padang menerapkan strategi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi politik warga dalam pemilu 2024. Mereka mengedukasi, memfasilitasi, dan mensosialisasikan proses pemilu sesuai arahan pemerintah. Upaya tersebut melibatkan teknik Redudancy, Canalizing, Informatif, Persuasif, dan Edukatif tanpa menggunakan koersif. KPU mengadopsi taktik tatap muka dan tidak langsung, termasuk media sosial, kegiatan sosialisasi, dan rumah pintar pemilu. Meski sebagian masyarakat dekat dengan KPU, beberapa daerah merasa minim informasi. KPU juga kurang memanfaatkan media online populer dan akun influencer. Kesimpulannya, KPU Padang perlu meningkatkan strategi komunikasi dengan memanfaatkan media online yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Menggunakan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Anggito, Albi & Setiawan, Johan (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Arifin, Anwar. (1995). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kelima*. Depok: Rajawali Pers.
- Antomo, Budi. dkk, (2021) *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Politik Pemuda Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Majalengka Tahun 2018*. Jurnal Aspirasi, 2.
- Arianto, Birmar. (2011). *Analisis Penyebab Masyarakat Tidak Memilih Dalam Pemilu*. Jurnal Ilmu Politik dan Ilmu Pemerintahan, 1(1), 51
- Dharmika, I. B. A., Noak, P. A., & Pramana, G. I. (2023). *Komunikasi Politik Salam Gotong Royong dalam Pemilihan Legislatif Kota Denpasar Tahun 2019*.
- Haryono, Dwi. (2018). *Strategi Kpu Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Samarinda Tahun 2015*. Jurnal Administrative Reform, 6 (2), 68

- Gleko, Petrus. dkk. (2017). *Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ISSN. 2442, 6 (1), 38
- Primananda, Ridho. (2015). *Perilaku Golongan Putih (golput) dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kota Padang Periode 2013-2018 di Kecamatan Koto Tangah*
- Deiwey Ghifar, Muhammad. (2019). *Perkembangan golput dari masa ke masa*. Diakses pada 17 Juli 2023, dari <https://www.kompasiana.com/deiwey/5cbebcf63ba7f733110de292/perkembangan-golput-dari-masa-ke-masa>
- Padamu.net. (2019). *Pengertian golput (Golongan Putih)*. Diakses pada 8 Juli 2023, dari <https://www.padamu.net/pengertian-golput-golongan-putih>
- Riadi, Muchlisin. (2020). *Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah dan Hambatan)*. Diakses pada 19 Juli 2023, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/01/strategi-komunikasi-pengertian-teknik-langkah-dan-hambatan.html>
- Kominfo.go.id (2019). *Target Partisipasi 77,5%, Kemendagri Gencarkan Sosialisasi Untuk Pilih Pemula dan Milenial*. Diakses pada 28 Juli 2023 dari <https://www.kominfo.go.id/content/detail/17809/target-tingkat-partisipasi-775-kemendagri-gencarkan-sosialisasi-untuk-pemilih-pemula-dan-milenial/0/berita>
- infopemilu.kpu.go.id. Diakses pada 19 Juli 2023, dari <https://infopemilu.kpu.go.id/>