

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Kegiatan pemilihan umum (pemilu) yang merupakan salah satu kegiatan politik yang paling banyak menarik perhatian orang dan untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan politik dengan cara memberikan suara kepada partai politik tertentu yang menjadi pilihannya. Pemilu merupakan kegiatan yang penting dalam proses demokrasi untuk dapat membentuk pemerintahan yang demokratis. Tentu butuh kerja keras dan usaha yang kreatif dalam mengajak masyarakat untuk bisa berperan aktif dalam pemilu khususnya pilkukada. Karena suara rakyat adalah penentu sang pemimpin. Butuh proses dan pendekatan sosial untuk membangkitkan antusiasme masyarakat dalam pilkada. Pilkada bertujuan untuk menjadikan pemerintah daerah lebih demokratis dengan diberikan hak bagi rakyat untuk menentukan kepala daerah.

Peningkatan pemilih untuk meningkatkan partisipasi pemilih, partisipasi keterlibatan pemilih pada periode sebelum pemilihan namun pada masa sekarang ini, dengan adanya perkembangan teknologi yaitu perkembangan media sosial, KPU Kota Medan mampu membuka ruang diskusi publik dalam media sosial, seperti facebook, instagram, whatsapp, twitter, dan media sosial yang lainnya. Agar pemilu benar-benar menghasilkan pemerintahan yang demokratis, maka - pemilu sudah seharusnya diselenggarakan oleh suatu lembaga negara yang independen dan tidak memihak. Tugas dan wewenang KPU dalam

menyelenggarakan pemilu tidak semata-mata berhubungan dengan partai-partai peserta pemilu, tetapi juga harus dengan masyarakat sebagai pemberi suara dalam pemilu. Pemilu adalah instrument penting dalam demokrasi, tetapi itu saja tidaklah cukup untuk mengukur pandangan.

Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, KPU Kota Medan melakukan sosialisasi terhadap masyarakat setempat untuk menyadarkan bahwa berpartisipasi dalam pilkada sangat dibutuhkan untuk menentukan calon pemimpin yang terbaik demi kesejahteraan bersama. Anggota masyarakat yang berpartisipasi dalam proses politik, misalnya melalui pemberian suara atau kegiatan lain, terdorong oleh keyakinan bahwa melalui kegiatan bersama itu kepentingan mereka akan tersalur atau sekurang-kurangnya diperhatikan dan bahwa mereka sedikit banyak dapat memengaruhi tindakan dari mereka yang berwenang untuk membuat keputusan yang mengikat. Tingkat partisipasi yang rendah pada umumnya dianggap sebagai tanda yang kurang baik, karena dapat ditafsirkan bahwa banyak warga tidak menaruh perhatian terhadap masalah kenegaraan. Pada umumnya partisipasi yang rendah dianggap menunjukkan legitimasi yang rendah pula.

Disamping mereka yang ikut serta dalam satu atau lebih bentuk partisipasi, ada warga masyarakat yang sama sekali tidak melibatkan diri dalam kegiatan politik. Mereka tidak ikut pemilihan karena sikap acuh tak acuh dan tidak tertarik atau kurang paham mengenai masalah politik. Ada juga karena tidak yakin bahwa usaha untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah akan berhasil, dan ada juga yang sengaja tidak memanfaatkan kesempatan memilih karena kebetulan berada dilingkungan dimana ketidaksetaraan merupakan hal yang dianggap biasa. Ada

kemungkinan bahwa orang itu tidak ikut memilih karena berpendapat bahwa keadaan tidak terlalu buruk dan bahwa siapapun yang akan dipilih tidak akan mengubah keadaan itu. Galen A. Irwin dalam tulisannya *Political Efficacy, Satisfaction and Participation* menyimpulkan bahwa dalam beberapa keadaan tertentu, perasaan puas menyebabkan partisipasi yang lebih rendah.

Keberhasilan demokrasi dapat dilihat dari partisipasi politik masyarakat sebuah daerah. Oleh karena itu, dalam sosialisasi butuh komunikasi yang baik dengan masyarakat. Menurut Raymond Ross komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator. Namun KPU Kota Medan juga membutuhkan sebuah strategi komunikasi untuk dapat mengambil perhatian masyarakat agar partisipasi masyarakat meningkat. Dalam upaya mengurangi angka golput dan meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya, tentunya tidak terlepas dari peran komunikasi yang lebih aktif dan efektif.

Komunikasi suatu hal yang penting dalam kehidupan bersosial, melalui komunikasi manusia dapat mempengaruhi dan merubah sikap orang lain dalam mengambil keputusan sebagai anggota kelompok. Kegiatan komunikasi sendiri tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari. Dengan komunikasi manusia akan bisa mengaktualisasikan diri dilingkungan sekitarnya. Media komunikasi bermacam-macam, mulai dari media cetak seperti koran, majalah, poster hingga media elektronik berupa televisi, radio dan lain sebagainya. Melalui komunikasi,

seseorang akan bisa mencapai tujuan sesuai dengan apa yang diinginkan. Strategi komunikasi menjadi hal penting dalam proses sosialisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi merupakan komunikasi terbaik mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pengaruh atau efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif, karena pemilihan strategi komunikasi menjadi hal yang paling krusial dan memerlukan ketelitian dalam proses perencanaan strategi komunikasi. Jika salah atau keliru dalam menentukan strategi maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, tenaga materi, dan tenaga. Maka dari itu, strategi juga merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh perencana.

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada beberapa persoalan terutama dalam penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, yaitu pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.

Namun masyarakat saat ini masih pragmatis dan mudah terpengaruh oleh iming-iming uang sehingga keadaan inilah yang dimanfaatkan oleh calon kepala daerah dalam menarik partisipasi masyarakat, hal ini yang menyebabkan akuntabel dan kualitas calon kepala daerah menjadi poin yang dikesampingkan oleh masyarakat. Tanpa disadari masyarakat tidak diberi kesempatan untuk menentukan sendiri segala bentuk kebijaksanaan yang menyangkut harkat dan martabat rakyat daerah karena telah terpengaruh money politik. Pentingnya suatu

strategi komunikasi dalam organisasi atau lembaga demi kelancaran sebuah kegiatan dan harapan yang ingin dicapai dapat terwujud.

Komisi Pemilihan Umum Kota Medan mengadakan rekapitulasi hasil penghitungan suara. Pelaksanaan rekapitulasi penghitungan suara pemilihan walikota dan wakil walikota medan disaksikan oleh pasangan calon, serta diawasi oleh bawaslu kota medan untuk melaksanakan rekapitulasi hasil penghitungan suara pemilihan walikota dan wakil walikota medan. Dalam rapat rekapitulasi hasil penghitungan suara, dilakukan penjumlahan data-data dari diseluruh kecamatan dalam wilayah kota.

**Table 1.1 Daftar Pemilih Tetap (DPT) Kota Medan**

No	Nama Kecamatan	Jumlah Kelurahan	Jumlah TPS	Daftar Pemilih Tetap (DPT)		
				L	P	L+P
1	Medan Amplas	7	242	40.854	42.957	83.811
2	Medan Area	12	225	41.295	43.699	84.994
3	Medan Barat	6	167	31.099	33.171	64.270
4	Medan Baru	6	67	11.884	13.680	25.564
5	Medan Belawan	6	180	32.056	31.695	63.751
6	Medan Deli	6	291	62.201	62.095	124.296
7	Medan Denai	6	298	50.916	51.705	102.194
8	Medan Helvetia	7	273	51.378	54.921	105.837
9	Medan Johor	6	271	31.158	53.735	105.113
10	Medan Kota	12	163	40.672	34.233	65.391

11	Medan Labuhan	6	218	21.163	40.220	80.892
12	Medan Maimun	6	103	52.871	22.102	43.265
13	Medan Marelan	5	294	36.031	52.514	105.385
14	Medan Perjuangan	9	211	22.642	38.569	74.600
15	Medan Petisah	7	136	18.483	25.057	47.699
16	Medan Polonia	5	101	34.068	19.587	38.070
17	Medan Selayang	6	203	38.972	36.346	70.414
18	Medan Sunggal	6	222	45.368	41.480	80.452
19	Medan Tembung	7	256	40.424	47.548	92.916
20	Medan Timur	11	216	27.929	43.818	84.242
21	Medan Tuntungan	9	166	781.953	29.916	57.845
Total		151	4.303	781.953	819.048	1.601.001

*Sumber: Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Medan 2020*

Berdasarkan rekapitulasi hasil perhitungan suara pemilihan umum walikota dan wakil walikota pada pilkada tahun 2020 di setiap kecamatan di kota Medan pada tabel diatas dapat diamati bahwa jumlah partisipasi pemilih tertinggi adalah di Kecamatan Medan Deli sebanyak 124.296 pemilih dan yang paling rendah di Kecamatan Medan Baru dengan jumlah pemilih sebanyak 25.564. Dalam hal ini kita dapat menganalisis bahwa strategi komunikasi politik Komisi Pemilihan Umum di kota Medan dalam bentuk sosialisasi pelaksanaan pilkada di masing-masing kecamatan yang berada di Kota Medan tidak merata sehingga masih banyaknya kecamatan di kota Medan yang jumlah partisipasi pemilihnya masih rendah, hal ini karna kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh

Komisi Pemilihan Umum kota Medan. KPU kota Medan sebagai penyelenggara pemilu memiliki banyak tugas yang harus dilaksanakan agar pemilu dapat berjalan

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Medan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilihan Walikota Medan Tahun 2020”.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum Kota Medan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan walikota medan tahun 2020.
2. Faktor penghambat dan pendukung Komisi Pemilihan Umum Kota Medan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan walikota medan tahun 2020.

## **Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum Kota Medan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan walikota medan tahun 2020.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung Komisi Pemilihan Umum Kota Medan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan walikota medan tahun 2020.

## **Manfaat Penelitian**

### 1 Manfaat Teoritis

- Memberikan informasi mengenai strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kota Medan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan walikota medan tahun 2020.
- Dapat bermanfaat sebagai referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam konteks permasalahan yang berkaitan dengan partisipasi masyarakat dalam pemilihan walikota medan tahun 2020.

### 2 Manfaat Praktis

- Dapat memberikan masukan kepada Komisi Pemilihan Umum Kota Medan mengenai strategi komunikasi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan walikota medan tahun 2020.
- Dapat mendeskripsikan strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kota Medan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan walikota medan tahun 2020.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **Strategi**

##### **Pengertian Strategi**

Strategi ialah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun dalam proses pengaplikasiannya, sebuah strategi membutuhkan peran banyak orang, juga membutuhkan kerjasama tim, dan memerlukan taktik atau cara, sehingga setiap tujuan yang ditetapkan dapat dicapai dengan lebih cepat dan mudah. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjuk arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana operasionalnya. Strategi merupakan suatu cara dimana sebuah lembaga atau organisasi akan mencapai tujuannya sesuai peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan internal dan sumber daya.

Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki lembaga menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Dalam lingkungan organisasi, strategi memiliki peranan yang sangat penting untuk mencapai tujuan, karena strategi memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan.

## **Peranan Strategi**

Strategi memiliki 3 peranan penting yaitu:

- Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan

Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.

- Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi

Salah satu peranan penting strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi organisasi.

- Strategi sebagai target

Konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan dimana organisasi berada dalam masa yang akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi, tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi organisasi.

Komisi Pemilihan Umum dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pilukada, Strategi yang digunakan yaitu dengan melakukan sosialisasi pilukada kepada masyarakat.

## **Penerapan Strategi**

Penerapan strategi sosialisasi dapat dilihat dari tiga langkah pelaksanaan strategi antara lain sebagai berikut:

- Formulasi dan sasaran jangka panjang

Formulasi dan sasaran jangka panjang merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh organisasi dalam melakukan perencanaan dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting antara lain yaitu mengenai kondisi lingkungan serta identifikasi ancaman dan peluang, perhitungan mengenai kekuatan dan kelemahan organisasi, identifikasi tujuan serta nilai-nilai organisasi yang hendak dicapai, serta syarat strategi tersebut dapat dilaksanakan dengan efektif dan efisien.

- Pemilihan tindakan

Untuk mencapai visi dan misi serta tujuan suatu organisasi maka selain dibutuhkan suatu perencanaan strategi yang matang, hal yang sangat penting juga yaitu pada saat pelaksanaannya karena bilamana pelaksanaan strategi tersebut tidak dapat dijalankan dengan maksimal maka akan sangat berpengaruh terhadap hasil capaian yang akan diperoleh.

- Keterbatasan sumber daya

Sumber daya merupakan unsur yang sangat penting dalam mendukung terlaksananya suatu kegiatan, bilamana sumber daya tersebut tidak memadai maka akan sangat berpengaruh terhadap capaian kinerja yang akan diperoleh.

## **Komunikasi**

### **Pengertian Komunikasi**

Terminologi komunikasi berasal dari bahasa latin yakni *communico* yang artinya membagi, dan *communis* yang berarti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Sebagai ilmu yang multidisiplin, definisi komunikasi telah banyak dibuat oleh para pakar dari berbagai disiplin ilmu. “Meski definisi yang dibuat para pakar memiliki perspektif yang berbeda satu sama lainnya menurut latar belakang disiplin ilmu yang membuat definisi itu, namun pada dasarnya definisi-definisi tersebut tidak terlepas dari substansi komunikasi itu sendiri” (Cangara, 2016:14).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi mencakup kegiatan menyampaikan gagasan yang kemudian diterima dan dimaknai sehingga dimungkinkan terjadi saling pemahaman. Komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi didalam diri seseorang dan atau diantara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Komunikasi adalah proses pertukaran bahasa yang berlangsung pada manusia. Maka dari itu, komunikasi selalu melibatkan manusia, baik dalam konteks intrapersonal, kelompok, maupun massa.

Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan menggunakan perasaan yang disadari; sebaliknya komunikasi akan gagal jika sewaktu menyampaikan pikiran, perasaan tidak terkontrol.

## **Fungsi Komunikasi**

Komunikasi sebagai disiplin ilmu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut David K. Berlo dari *Michigan State University* (dalam Cangara, 2016:20) menyebut secara ringkas bahwa “komunikasi sebagai instrument interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat”. Jadi komunikasi jelas tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat.

Menurut Goran Hadebro (dalam Cangara, 2016:21) seorang profesor komunikasi berkebangsaan swedia mengembangkan fungsi-fungsi media lebih banyak lagi dalam bukunya *Communication and Social Change in Developing Nations*. Dalam bukunya Hadebro mengembangkan fungsi media menjadi 12 fungsi, yakni :

1. Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah modernisasi.
2. Mengajarkan keterampilan-keterampilan baru kepada masyarakat.
3. Berperan sebagai pelipat ganda (*multiplayer effect*) ilmu pengetahuan dengan penyebarluasan melalui media komunikasi.
4. Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang melalui informasi yang mereka terima dari media, tanpa perlu mengunjungi tempat-tempat yang diinformasikan.
5. Meningkatkan aspirasi seseorang dengan informasi yang dibaca, didengar dan dilihat.
6. Menumbuhkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal yang menyangkut kepentingan orang banyak.
7. Membantu masyarakat dalam menemukan nilai-nilai baru dan keharmonisan dari suatu situasi tertentu.
8. Mempertinggi rasa kebangsaan melalui penyajian informasi yang menggugah rasa peduli pada nasib bangsa dan negara.
9. Meningkatkan aktivitas politik seseorang untuk ikut mengambil bagian dalam penentuan kebijakan publik.
10. Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat melalui penyatuan sikap untuk menumbangkan tirani.
11. Menjadi sarana pembelajaran melalui pertukaran ide dan pengalaman para anggota masyarakat tanpa mengenal tempat dan jarak.

12. Mendukung pelaksanaan program-program pembangunan ekonomi, sosial serta keamanan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan hidup para warga.

### **Komunikasi Sebagai Proses Politik**

Berbagai macam kebijakan negara tidak akan tersosialisasikan dan terlaksana dengan baik jika tidak adanya komunikasi. Menurut Gabriel Almond (dalam Nurudin, 2014:54) “komunikasi ibarat aliran darah yang mengalirkan pesan politik berupa tuntutan, protes dan dukungan (aspirasi dan kepentingan) ke jantung (pusat) pemerosesan sistem politik”.

Dengan komunikasi, maka realitas, sejarah, tradisi politik bisa dihubungkan atau dirangkaikan dari masa lalu untuk dijadikan acuan ke masa depan. Dengan komunikasi sebagai proses politik, berbagai tatanan politik yang tidak sesuai dengan tuntutan masyarakat akan berubah. Misalnya tradisionalisme. Berbagai adopsi tradisi luar juga tidak akan mudah diterima begitu saja dan suatu saat akan mengalami kegagalan seandainya bertentangan dengan tradisi yang sudah ada.

Menurut Nurudin (2014:66), ada beberapa catatan yang bisa ditarik ketika kita memperbincangkan komunikasi sebagai proses politik sebagai berikut:

1. Komunikasi memiliki signifikan dalam menentukan proses perubahan politik di Indonesia. Ini bisa dilihat pada perubahan format lembaga kepresidenan yang dahulunya sakral kemudian mengalami desakralisasi. Itu semua diakibatkan terbinanya komunikasi politik yang lebih baik antara masyarakat dan pemerintah.
2. Kita pernah mewarisi komunikasi politik yang tertutup (yang mengakibatkan ideologi politik yang tidak terbuka), penafsiran ada pada pihak penguasa (mendominasi dan mengontrol semua bagian) sehingga memunculkan hegemoni komunikasi dan pola komunikasi *top down* (yang memunculkan sikap indoktrinatif).
3. Komunikasi masih dipengaruhi oleh tradisi politik masa lalu. Tradisi politik yang mementingkan keseimbangan, harmoni, dan keserasian masih diwujudkan meskipun dalam kenyataannya kadang justru tradisi itu dijadikan alat legitimasi politik penguasa atas nama stabilitas.

Keterpengaruhannya ini juga termanifestasikan pada budaya *sungkan* atau *ewuh pekewuh* yang masih kental dalam tradisi komunikasi kita.

4. Sebagai proses politik komunikasi menjadi alat yang mampu mengalirkan pesan politik (tuntutan dan dukungan) ke pusat kekuasaan untuk diproses. Proses itu kemudian dikeluarkan kembali dan selanjutnya menjadi umpan balik (*feedback*). Ini artinya, komunikasi sebagai proses politik adalah aktivitas tanpa henti. Di Indonesia protes terhadap kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) misalnya, dialirkan menjadi pesan lewat DPR ke pusat kekuasaan (pemerintah) untuk diproses. Kemudian hasilnya dikembalikan menjadi umpan balik (dengan munculnya keputusan pembatalan kenaikan BBM).

### **Strategi Komunikasi**

Dalam strategi ada prinsip yang harus dicampakkan, yakni tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya.

Menurut Marthin-Anderson (dalam Cangara, 2019:61) merumuskan “strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien”. Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi tersedia untuk mencapai yang ingin dicapai.

Menurut Middleton seorang pakar perencanaan komunikasi membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”. Pemilihan strategi menjadi komponen paling penting dalam mencapai tujuan akhir dari komunikasi, pemilihan strategi merupakan

langkah krusial memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi. Karena, jika salah atau keliru dalam menentukan strategi maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, tenaga materi dan tenaga. Oleh karena itu strategi juga merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para perencana.

Banyak komunikasi atau audiens dalam kesalahpahaman, kesalahan berkomunikasi. Akibatnya dalam implementasi atau pengalaman terhadap pesan yang diterimanya menimbulkan permasalahan karena tidak sesuai pemahaman yang seharusnya. Banyak komunikator tidak peduli apakah audiensnya memahami pesan yang disampaikan atau tidak. Tidak sedikit dari mereka yang motif komunikasinya sekedar berbicara atau bermaksud untuk menunjukkan kepintaran mengenai diri sehingga menggunakan bahasa atau memilih kata-kata (diksi) asing, ilmiah, atau teknis yang efektif, komunikator seperti ini termasuk sebagai komunikator yang buruk. Pesan yang berisi kebenaran sekalipun akan bisa menyesatkan apabila disampaikan begitu saja kepada orang-orang yang tidak memahaminya.

### **Bentuk Strategi Komunikasi**

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi yang sesuai dengan arti strategi yang lebih tepat untuk mengambil kesimpulan dalam bentuk-bentuk komunikasi yaitu:

- Komunikasi intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri sendiri. Misalnya proses berfikir untuk memecahkan masalah



pribadi. Dalam hal ini ada proses tanya jawab dalam diri sehingga dapat diperoleh keputusan tertentu.

- Komunikasi interpersonal

Komunikasi antara seseorang dengan orang lain, bisa berlangsung secara tatap muka maupun dengan bantuan media. Komunikasi interpersonal pada hakikatnya adalah interaksi antara seorang individu dan individu lainnya dan lambang pesan efektif digunakan, terutama dalam hal komunikasi antar manusia.

- Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok yaitu proses komunikasi yang berlangsung dalam satu kelompok, seperti diskusi kelompok, seminar, dan sebagainya.

- Komunikasi massa

Komunikasi massa yaitu komunikasi yang melibatkan banyak orang. Ada sebagian ahli mengatakan bahwa komunikasi massa komunikasi melalui media massa, tetapi sebagian ahli lain berpendapat bahwa komunikasi massa tidak harus menggunakan media massa. Misalnya kampanye politik yang disampaikan secara langsung dihadapan massa yang berkumpul di lapangan, adalah komunikasi massa.

- Komunikasi antarbudaya

Komunikasi antarbudaya ialah komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh mereka yang berbeda latar belakang kebudayaan. Cara baru yang

cukup penting dalam studi komunikasi antarbudaya adalah riset terhadap komunitas sosial yang berbeda dalam satu masyarakat.

Dapat dilihat bahwa proses perhatian komunikasi dan kebudayaan terletak pada variasi langkah dan cara berkomunikasi yang melintasi komunitas atau kelompok manusia. Fokus perhatiannya meliputi, bagaimana menjelajahi makna, pola-pola tindakan juga tentang bagaimana makna dan pola-pola itu diartikulasikan kedalam sebuah kelompok sosial, kelompok budaya, kelompok politik, proses pendidikan bahkan lingkungan teknologi yang melibatkan interaksi antarmanusia.

- Komunikasi organisasi

Definisi komunikasi organisasi sebagai pertunjukkan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu.

### **Model Perencanaan Komunikasi John Middleton**

Model Perencanaan Komunikasi John Middleton ini banyak diimplementasikan untuk kampanye sosial, pemasaran komersial dan jasa hingga pemasaran politik. Model ini lebih rinci, diawali dengan riset dan upaya untuk mengetahui kebutuhan khalayak. Model perencanaan komunikasi John Middleton memiliki sepuluh tahapan, yaitu: pengumpulan data *base-line* dan *need assessment*, perumusan tujuan komunikasi, analisis perencanaan dan pengembangan strategi, analisis dan segmentasi khalayak, pemilihan media,

desain dan pengembangan pesan, perencanaan manajemen, pelaksanaan pelatihan, implementasi dan evaluasi program.

John Middleton juga menguraikan beberapa pendekatan perencanaan komunikasi sebagai berikut: Pertama, pendekatan proses adalah suatu cara memandang masalah perencanaan komunikasi dilihat dari fungsi dan proses kegiatan komunikasi itu sendiri yang meliputi penerapan berbagai teori, mulai dari teori pembangunan, teori sosiologi, teori komunikasi dan teori organisasi. Kedua, pendekatan sistem adalah cara pandang terhadap perencanaan komunikasi sebagai suatu sistem yang merupakan suatu kesatuan dari sub-sub sistem komunikasi yang terkolerasi, baik secara struktural maupun fungsional. Ketiga, pendekatan teknologis suatu cara pandang terhadap perencanaan komunikasi dengan perhatian pada aspek-aspek teknologi sebagai pendukung utama perencanaan komunikasi. Keempat, pendekatan ekonomis adalah suatu cara pandang terhadap perencanaan komunikasi dengan perhatian kepada aspek-aspek ekonomi sebagai pendukung utama perencanaan komunikasi. Kelima, pendekatan evaluasi adalah suatu cara pandang terhadap perencanaan komunikasi dengan menekankan kepada pandangan dan penilaian yang di informasikan mengenai efektifitas program kegiatan yang sifatnya berkelanjutan.

Model perencanaan strategi komunikasi menurut John Middleton ini dapat diimplementasikan dalam kegiatan kampanye baik yang bersifat nasional, kampanye sosial maupun kampanye daerah. Misalnya kampanye tentang bahaya tentang pencemaran lingkungan, kependudukan, peningkatan produksi tanaman pangan, gerakan mencintai produksi dalam negeri, kesadaran membayar pajak,

dan sebagainya. Model ini lebih rinci dan diawali dengan tindakan riset tentang pengumpulan data *base* dan upaya untuk mengetahui kebutuhan khalayak, atau *need assessment*. Model ini juga diaplikasikan untuk kegiatan pemasaran jasa komersial, serta pemasaran politik.

Model ini juga cukup spesifik, karena dalam proses tahapan perencanaan ia berbasis *database*. Sistem informasi manajemennya memberi kontribusi dalam analisis perencanaan dan pengembangan strategi serta analisis dan segmentasi khalayak. Demikian pula pelaksanaan program berbasis sistem informasi *management*.

### **Langkah-Langkah Perencanaan Komunikasi**

Perencanaan komunikasi yang baik dapat menentukan keberhasilan program yang akan diimplementasikan ke masyarakat. Menurut Middleton, perencanaan komunikasi yang baik memiliki beberapa tahapan yaitu:

1. Pengumpulan Data *Base Line* dan *Need Assessment*

Pengumpulan data base line menjadi hal yang sangat penting dalam perencanaan komunikasi. Setiap aspek perencanaan akan mengacu pada data base line atau penelitian. Kegiatan penelitian ini akan dihasilkan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data dari masyarakat yang langsung berhadapan dengan masalah yang akan dihadapi. Data primer didapat dari *interview*, *polling*. Ataupun *focus group discussion* (FGD). Sedangkan data sekunder adalah data pendukung yang bisa menjadi rujukan pelaksanaan program. Data pendukung ini bisa berupa informasi dari media cetak ataupun

elektronik serta kebijakan-kebijakan yang berlaku atau berhubungan dengan program. Isu-isu strategis juga harus menjadi perhatian dalam pengumpulan data ini. Sedangkan *need assessment* adalah mendata apa saja yang dibutuhkan selama proses akan berlangsung. Mendata sumber daya apa saja yang bisa digunakan dalam program.

## 2. Perumusan Objective Komunikasi

Penentuan tujuan bisa dilakukan dengan memperhatikan masalah yang dihadapi dan akhirnya merumuskan bagaimana keadaan masalah tersebut setelah program dilaksanakan. Penentuan tujuan harus spesifik supaya dengan jelas dan komprehensif bisa dilaksanakan. Kemudian objective dari sebuah program haruslah terukur apalagi saat dilakukan evaluasi. Kemudian objective harus bisa dijangkau dengan sumber daya yang ada. Objective kemudian harus realistis sesuai dengan waktu yang tersedia dan budget yang ada beserta sumber daya lain.

## 3. Analisis Perencanaan Dan Pengembangan Strategi

Strategi adalah cara yang disusun seefektif dan seefisien mungkin untuk mencapai objective yang ditentukan. Strategi ini merupakan dasar dari taktik yang akan dibuat dalam setiap keadaan di lapangan.

## 4. Analisis Dan Segmentasi Khalayak

Analisis dan segmentasi khalayak juga harus dilaksanakan dengan menentukan siapa target sasaran program yang sedang dijalankan.

Analisis ini sangat penting karena bentuk perencanaan akan sangat bergantung pada tipe publik yang dihadapi. Pemrogram komunikasi setidaknya harus memilah publik menjadi tiga kelompok. Pertama, *Latent Public* yaitu kelompok yang menghadapi masalah dan tetapi tidak mempunyai perhatian lebih. Kedua, adalah *aware public*, yaitu kelompok yang bertanggungjawab terhadap masalah. Ketiga, *active public* yaitu kelompok yang melakukan tindakan terhadap masalah.

#### 5. Pemilihan Media

Pemilihan media sangat penting dilakukan dengan memperhatikan tiap tahap berikut ini. Pertama mendaftar media yang sudah ada. Semua media yang mungkin mendukung program komunikasi di data dan bila perlu dikelompokkan menurut keperluan program. Setelah pendataan dilakukan evaluasi, media mana saja yang sesuai dari segi waktu, jangkauan segment, biaya, dan efektifitas.

#### 6. Mendesain Dan Pengembangan Pesan

Pendesainan dan pengembangan pesan harus dilakukan sesuai dengan penelitian yang dilakukan, segment dan berpanduan pada teori-teori dan keilmuan yang ada.

#### 7. Perencanaan Manajemen

Perencanaan manajemen bisa perancangan struktur manajerial beserta job deskripsi masing-masing. Mekanisme-mekanisme perlu disiapkan dalam hal ini misal, bagaimana alur dana berjalan. Selain itu bagaimana koordinasi dilakukan dilapangan, dan sebagainya.

#### 8. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan diperlukan dalam membangun kesiapan dalam pelaksanaan program. Perlu diadakan replikasi sebelum eksekusi program dilaksanakan. Selain itu juga pelatihan penguatan konsep program. Fasilitator juga butuh untuk dilatih supaya pelaksanaan berjalan lebih lancar tanpa kendala yang berarti. Selain itu penyiapan konsultan juga diperlukan untuk mengawasi berjalannya program. Lokakarya dan diseminasi juga perlu diadakan untuk menyiapkan semuanya sebelum pelaksanaan.

#### 9. Implementasi Atau Pelaksanaan

Implementasi bisa dilakukan sesuai dengan program yang telah ditentukan. Beberapa hal yang umum dilakukan adalah melakukan lobby-lobby, silaturahmi, dan sosialisasi. Pembentukan sistem pengontrol di lapangan juga biasanya dilakukan dengan menggunakan sumber daya masyarakat sendiri. Tentunya hal ini bergantung pada lobby-lobby yang telah dilakukan tersebut.

#### 10. Evaluasi Program

Evaluasi program dibutuhkan untuk melihat apa saja tindakan dalam program yang tepat dan mana yang tidak sehingga kedepannya bisa dilakukan program yang lebih baik. Evaluasi bisa dibagi menjadi dua yaitu evaluasi *ongoing* dan *end review*. Evaluasi *ongoing* dilaksanakan selama proses berlangsung dan akan menjaga fleksibilitas sebuah program. Sedangkan *end review* mencakup semua evaluasi dari awal

sampai akhir yang akan merangkum semua evaluasi *ongoing* dan perbaikannya sehingga bisa dijadikan pijakan untuk pelaksanaan program berikutnya.

### **Komisi Pemilihan Umum**

Komisi pemilihan umum adalah lembaga negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia, yakni meliputi pemilihan umum anggota DPR/DPD/DPRD, pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden, serta pemilihan umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Komisi Pemilihan Umum tidak dapat disejajarkan kedudukannya dengan lembaga-lembaga negara yang lain yang kewenangannya ditentukan dan diberikan oleh UUD 1945.

Dalam pasal 10 Undang-undang Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum dan Pasal 2 Keputusan Presiden Nomor 16 Tahun 1999 tentang Pembentukan Komisi Pemilihan Umum dan Penetapan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Umum Komisi Pemilihan Umum, dijelaskan bahwa untuk melaksanakan Pemilihan Umum, KPU mempunyai tugas kewenangan merencanakan, menerima, meneliti, menetapkan, dan membentuk panitia pemungutan suara, menetapkan anggota DPRD, Bupati/Wali Kota serta Presiden.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa pemilihan umum adalah proses pemilihan atau penentuan sikap yang dilakukan masyarakat untuk memilih penguasa atau pejabat politik yang memimpin suatu Negara yang juga diselenggarakan oleh Negara. Kepemimpinan adalah aktivitas mempengaruhi orang-orang agar mau bekerjasama untuk mencapai beberapa tujuan yang mereka inginkan. Dalam kepemimpinan ada tiga teori kepemimpinan. Pertama, teori



genetis (keturunan). Teori genetis ini kepemimpinan diartikan sebagai *traits within the individual leader* (ciri-ciri pemimpin individu). Kedua, teori sosial. Teori sosial ini ialah bahwa *leader are made and not born* (pemimpin itu dibuat atau dididik bukannya kodrati). Kedua teori yang diatas tidak seluruhnya mengandung kebenaran, maka sebagai reaksi terhadap kedua teori tersebut timbullah teori yang ketiga. Maka dari itu, Teori ketiga, yaitu teori ekologis. Teori ekologis ini pada intinya berarti bahwa seseorang hanya akan berhasil menjadi pemimpin yang baik apabila ia telah memiliki bakat kepemimpinan. Bakat tersebut kemudian dikembangkan melalui pendidikan yang teratur dan pengalaman yang memungkinkan untuk dikembangkan lebih lanjut.

Menurut Ramlan Surbakti partisipasi politik terbagi menjadi dua yaitu partisipasi aktif dan partisipasi pasif. Partisipasi aktif adalah mengajukan usul mengenai suatu kebijakan umum, mengajukan alternatif kebijakan umum yang berlainan dengan kebijakan yang dibuat pemerintah, mengajukan kritik dan pemimpin pemerintah. Sebaliknya kegiatan yang termasuk dalam kategori partisipasi pasif berupa kegiatan-kegiatan yang menaati pemerintah, menerima, dan melaksanakan saja setiap keputusan pemerintah. Hak pilih dalam pemilu pada dasarnya setiap warga negara berhak ikut serta dalam pemilihan umum. Hak warganegara untuk ikut serta dalam pemilihan umum disebut hak pilih, yang terdiri dari:

- a) Hak pilih aktif (hak memilih)
- b) Hak pilih pasif (hak dipilih)

Setiap warga negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara sudah berumur tujuh belas tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin, mempunyai hak memilih. Seorang warga negara Indonesia yang telah mempunyai hak memilih, baru bisa menggunakan haknya, apabila telah terdaftar sebagai pemilih. Seseorang yang telah mempunyai hak memilih, untuk dapat terdaftar sebagai pemilih, harus memenuhi persyaratan: tidak terganggu jiwa/ingatannya dan tidak sedang dicabut hak pilihnya berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap, sebaliknya seorang warga Negara Indonesia yang telah terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT), kemudian ternyata tidak lagi memenuhi persyaratan tersebut di atas, tidak dapat menggunakan hak memilihnya.

## **Partisipasi**

### **Pengertian Partisipasi**

Partisipasi adalah keterlibatan mental dan emosi dalam situasi kelompok sehingga dapat dimanfaatkan sebagai motivasi dalam usaha mencapai tujuan organisasi. Dalam partisipasi yang ditelaah bukan hanya keikutsertaan secara fisik tetapi juga pikiran dan perasaan. Partisipasi dapat digunakan untuk memotivasi orang-orang yang menyumbangkan kemampuannya kepada situasi kelompok sehingga daya kemampuan berfikir serta inisiatifnya dapat timbul dan diarahkan kepada tujuan-tujuan kelompok. Partisipasi mengandung pengertian orang untuk ikut serta dan bertanggungjawab dalam kegiatan-kegiatan organisasi.

Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dapat diperlukan sebuah strategi. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan atau manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi

tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Perubahan-perubahan mengakibatkan masyarakat mempertanyakan prinsip-prinsip yang mendasari legitimasi kewenangan pihak yang memerintah, menimbulkan masalah dalam identitas yang menyatukan masyarakat sebagai suatu bangsa, dan mengakibatkan timbulnya tuntutan yang semakin besar untuk ikut serta dalam proses politik. Untuk mengatasi permasalahan, maka partai politik dibentuk. Partai politik yang berakar kuat dalam masyarakat diharapkan dapat mengendalikan pemerintahan sehingga terbentuk semacam pola hubungan kewenangan yang berlegitimasi antara pemerintah dan masyarakat. Partai politik yang terbuka bagi setiap anggota masyarakat dan sosial ekonomi diharapkan dapat berperan sebagai pengintegrasikan umum, yaitu sebagai sarana konstitusional untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan. Diharapkan partai politik dapat pula berperan sebagai saluran partisipasi politik masyarakat.

Namun, yang dimaksudkan dengan partai politik ialah organisasi yang mempunyai kegiatan yang berkesinambungan. Organisasi yang terbuka dan permanen tidak hanya di tingkat pusat, tetapi juga di tingkat lokal. Para pemimpin di tingkat pusat dan lokal berkehendak kuat untuk membuat keputusan politik baik secara sendiri maupun dengan berkoalisi dengan partai lain, dan melakukan kegiatan mencari dukungan dari para pemilih melalui pemilihan umum atau cara-cara lain untuk mendapatkan dukungan umum.

## **Partisipasi Politik**

Partisipasi politik ialah kegiatan warga negara biasa dalam memengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan kebijaksanaan umum dan dalam ikut menentukan pemimpin pemerintahan. Kegiatan yang dimaksud, antara lain, mengajukan tuntutan, membayar pajak, melaksanakan keputusan, mengajukan kritik dan koreksi atas pelaksanaan suatu kebijakan umum, dan mendukung atau menentang calon pemimpin tertentu, mengajukan alternative pemimpin, dan memilih wakil rakyat dalam pemilihan umum.

Partisipasi merupakan salah satu aspek penting demokrasi. Asumsi yang mendasari demokrasi dan partisipasi adalah orang yang paling tahu tentang apa yang baik bagi dirinya adalah orang itu sendiri. Karena keputusan politik yang dibuat dan dilaksanakan oleh pemerintah menyangkut dan memengaruhi kehidupan warga masyarakat, warga masyarakat berhak ikut serta menentukan isi keputusan politik. Oleh karena itu, yang dimaksud dengan partisipasi politik ialah keikutsertaan warga negara biasa dalam menentukan segala keputusan yang menyangkut atau memengaruhi hidupnya.

Pemerintah yang memiliki kewenangan membuat dan melaksanakan keputusan politik, sedangkan masyarakat tidak memiliki kewenangan. Akan tetapi, karena keputusan politik menyangkut dan memengaruhi kehidupan warga masyarakat, warga masyarakat berhak memengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan. Kegiatan warga negara biasa ini pada dasarnya dibagi dua, yakni memengaruhi isi kebijakan umum dan ikut menentukan pembuat dan pelaksanaan keputusan politik.

Menurut Miriam Budiardjo (2019:367), berpendapat bahwa “partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, antara lain dengan jalan memilih pimpinan Negara dan secara langsung atau tidak langsung, memengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*)”.

### **Model Partisipasi Politik**

Partisipasi politik yang menerapkan sistem politik demokrasi merupakan hak warga negara, tetapi dalam kenyataan, tidak semua warga negara ikut serta dalam proses politik. Faktor-faktor yang diperkirakan mempengaruhi tinggi-rendahnya partisipasi politik seseorang ialah kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintah (sistem politik). Yang dimaksud dengan kesadaran politik ialah kesadaran akan hak dan kewajiban sebagai warga negara.

Berdasarkan tinggi-rendahnya kedua faktor tersebut, Paige(dalam Ramlan Surbakti 2013:184-185) membagi partisipasi menjadi empat tipe:

1. Apabila seseorang memiliki kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintah yang tinggi, partisipasi politik cenderung aktif.
2. Kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintah rendah, apabila partisipasi politik cenderung pasif-tertekan (*apatis*).
3. Berupa militant radikal, yakni apabila kesadaran politik tinggi tetapi kepercayaan kepada pemerintah sangat rendah.
4. Apabila kesadaran politik sangat rendah tetapi kepercayaan kepada pemerintah sangat tinggi, partisipasi ini disebut tidak aktif (*pasif*).

Tinggi rendah kedua faktor itu dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti status sosial dan status ekonomi, afiliasi politik orang tua dan pengalaman berorganisasi. Yang dimaksud dengan status sosial ialah kedudukan seseorang dalam masyarakat karena keturunan, pendidikan, dan pekerjaan. Yang dimaksud dengan status ekonomi ialah kedudukan seseorang dalam pelapisan masyarakat berdasarkan kepemilikan kekayaan. Hal ini diketahui dari pendapatan,

pengeluaran, ataupun pemilikan benda-benda berharga. Seseorang yang memiliki status sosial dan status ekonomi yang tinggi diperkirakan tidak hanya memiliki pengetahuan politik, tetapi juga mempunyai minat dan perhatian pada politik, serta sikap dan kepercayaan terhadap pemerintah.

### **Pemilihan Umum Kepala Daerah**

Pemilihan Umum Kepala Daerah atau yang biasa disingkat dengan pemilukada atau pilkada adalah pemilihan umum untuk memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung di Indonesia oleh penduduk daerah setempat yang memenuhi syarat.

Dalam Peraturan Pemerintah pada Nomor 6 Tahun 2005 tentang “Pemilihan, Pengesahan Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah Provinsi dan Kabupaten/Kota berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 untuk memilih Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 pasal 56 ayat (1) dinyatakan bahwa Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah selanjutnya disebut pasangan calon adalah peserta pemilihan yang diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik yang telah memenuhi persyaratan.

Secara normatif, berdasarkan ukuran-ukuran demokrasi, pemilukada langsung menawarkan sejumlah manfaat dan sekaligus harapan bagi

pertumbuhan, pendalaman dan perluasan demokrasi lokal. Pertama, sistem demokrasi langsung melalui pemilukada langsung akan membuka ruang partisipasi yang lebih luas bagi warga dalam proses demokrasi dan menentukan kepemimpinan politik di tingkat local dibandingkan sistem demokrasi perwakilan yang lebih banyak meletakkan kuasa untuk menentukan rekrutmen politik di tangan segelintir orang di DPRD (oligarkis).

Kedua, dari sisi kompetensi politik Pemilukada langsung memungkinkan munculnya secara lebih lebar preferensi kandidat-kandidat berkompetensi dalam ruang yang lebih terbuka dibandingkan ketertutupan yang sering terjadi dalam demokrasi perwakilan. Pemilukada langsung bisa memberikan sejumlah harapan pada upaya pembalikan “*syndrome*” dalam demokrasi perwakilan yang ditandai dengan model kompetensi yang tidak *fair*, seperti; praktik politik uang (*money politic*).

Ketiga, sistem pemilihan langsung akan memberi peluang bagi warga untuk mengaktualisasikan hak-hak politiknya secara lebih baik tanpa harus direduksi oleh kepentingan-kepentingan elite politik seperti yang kasat mata muncul dalam sistem demokrasi perwakilan. Setidaknya, melalui konsep demokrasi langsung, warga di atas lokal akan mendapatkan kesempatan untuk memperoleh semacam pendidikan politik, training kepemimpinan politik dan sekaligus mempunyai posisi yang setara untuk terlibat dalam pengambilan keputusan politik.

Keempat, pemilukada langsung memperbesar harapan untuk mendapatkan figur pemimpin yang aspiratif, kompeten dan *legitimate*. Karena, melalui

pemilukada langsung, kepala daerah yang terpilih akan lebih berorientasi pada warga dibandingkan pada segelintir elite di DPRD. Dengan demikian, Pemilukada mempunyai sejumlah manfaat, berkaitan dengan peningkatan kualitas tanggung jawab pemerintah daerah pada warganya yang pada akhirnya akan mendekatkan kepala daerah dengan masyarakat.

Kelima, kepala daerah yang terpilih melalui pemilukada langsung akan memiliki legitimasi politik yang kuat sehingga akan terbangun perimbangan kekuatan (*check and balance*) di daerah antara kepala daerah dengan DPRD. Perimbangan kekuatan ini akan meminimalisasi penyalahgunaan kekuasaan seperti yang muncul dalam format politik yang monolitik.

### **Pelaksanaan Pemilihan Umum Kepala Daerah**

Proses pelaksanaan Pemilukada diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah khususnya pada pasal 65 dan 66, dimana dalam pasal 65 ayat (4) dikemukakan bahwa “masa persiapan pemilukada diatur oleh KPUD dengan berpedoman pada Peraturan Daerah”.

Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah dilaksanakan melalui masa persiapan, dan tahap pelaksanaan. Pelaksanaan dalam tahap tersebut meliputi beberapa tahapan, yakni; a. penetapan daftar pemilih; b. pendaftaran dan penetapan calon kepala daerah/wakil kepala daerah; c. kampanye; d. pemungutan suara; e. penghitungan suara; f. penetapan pasangan calon kepala daerah/wakil kepala daerah terpilih, pengesahan, dan pelantikan.



### **Penetapan dan Pengumuman Daftar Pemilih Tetap**

Daftar Pemilih Tetap (DPT) adalah daftar masyarakat yang telah memiliki hak untuk memilih dan telah tercatat sebagai calon pemilih dalam pesta demokrasi pada suatu daerah. Hal ini diatur dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 12 Tahun 2010 tentang “Pedoman Tata Cara Pemutakhiran Data dan Daftar Pemilih dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah” Pasal 3 dikemukakan bahwa “Warga Negara Republik Indonesia yang pada hari dan tanggal pemungutan suara Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah genap berumur 17 tahun atau lebih dan/atau sudah/pernah kawin mempunyai hak memilih”. Dimana pemilih tercantum pada pasal 4 ayat (2) harus memenuhi syarat:

Nyata-nyata tidak terganggu jiwa/ingatannya. Tidak sedang dicabut hak pilihnya berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap; dan berdomisili di daerah pemilihan sekurang-kurangnya enam bulan sebelum disahkannya daftar pemilih sementara yang dibuktikan dengan Kartu Tanda Penduduk atau dokumen kependudukan dari instansi yang berwenang.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan dalam penelitian. Selain itu, untuk menghindari kesamaan dengan peneliti sebelumnya. Maka dari itu, peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

### 1. Hasil Penelitian Nurhang (2020)

Penelitian Nurhang (2020) yang berjudul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) terhadap Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Menggunakan Hak Pilih Pada Pilkada Tahun 2018 Di Kabupaten Pinrang”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui upaya apa yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum (KPU) terhadap peningkatan partisipasi masyarakat dalam menggunakan hak pilih pada Pilkada tahun 2018 di Kabupaten Pinrang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa setiap organisasi memiliki strategi yang dilakukan untuk mempengaruhi setiap informan agar organisasi tersebut berhasil dilirik. Sehingga perlu adanya agenda media yang dilakukan untuk mempengaruhi agenda publik, agar partisipan pemilihnya dapat meningkat.

### 2. Hasil Penelitian Siti Zaenab (2019)

Penelitian Siti Zaenab (2019) yang berjudul “Strategi Komunikasi KPU Bangkalan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pelaksanaan Pilkada Serentak”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui dan memahami strategi komunikasi KPU Bangkalan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pilkada Bangkalan 2018.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi atau upaya yang dilakukan KPU kabupaten Bangkalan dalam meningkatkan partisipasi Pemilih pada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati

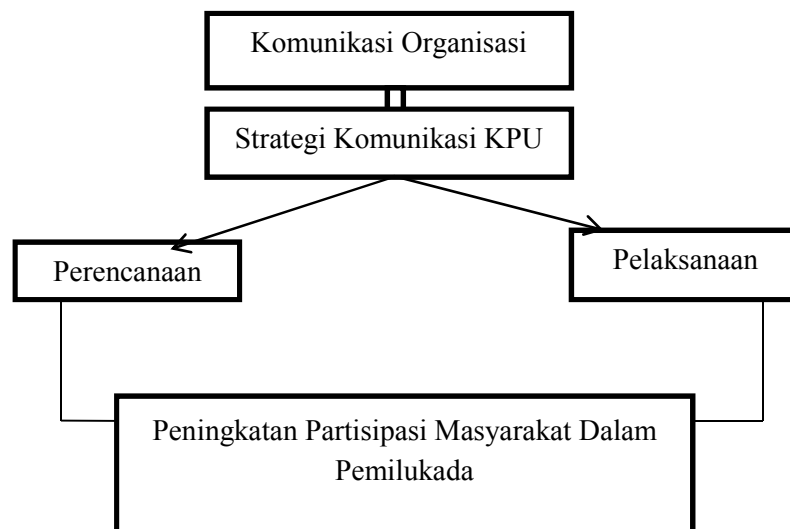
yaitu dengan strategi penguatan kelembagaan, strategi sosialisasi politi, strategi pendidikan pemilih pemula.

### 3. Hasil Penelitian Tehubijuluw Zacharias (2018)

Penelitian Tehubijuluw Zacharias (2018) yang berjudul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Maluku Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilu Tahun 2018”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pemetaan segmentasi pemilih menurut pada tipologi dan karakteristik pemilih, dengan begitu KPU Provinsi Maluku dapat menentukan cara yang akan dipilih dalam menentukan model pendekatan kepada pemilih.

#### Kerangka Konseptual Penelitian



Kerangka pemikiran dalam penelitian kualitatif ini adalah strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) Kota Medan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan walikota medan tahun 2020 yang menjadi kerangka utama. Rendahnya tingkat partisipasi masyarakat akan menghambat perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi, hal ini karena partisipasi masyarakat menjadi aspek yang sangat penting dalam pilukada. Rendahnya tingkat partisipasi masyarakat juga disebabkan karena strategi komunikasi tidak berjalan secara efektif dan efisien. Secara mendasar, prinsip dasar komunikasi yaitu siapa mengatakan apa dengan cara apa dan bagaimana efeknya. Maka dari itu, butuh strategi khusus dalam hal menyampaikan pesan yang baik untuk mendapatkan efek yang baik.

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan management untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya yang harus dilakukan.

Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pilukada, maka komunikasi organisasi menjadi aspek yang penting dengan melakukan proses sosialisasi kepada masyarakat, dalam artian bahwa pendekatan bisa berbeda tergantung dari situasi dan kondisi.

Dalam melakukan pilukada, tidak sedikit masyarakat yang tidak mengetahui pentingnya berdemokrasi. Maka dari itu, komisi pemilihan umum kota medan menyampaikan pesan bahwa pentingnya berdemokrasi dengan cara mensosialisasikan pasangan calon walikota dan wakil walikota dengan cara

bertatap muka dengan masyarakat (pemilih) dengan cara mempublikasikan setiap kegiatan di media sosial.

Selain itu motivasi dan dukungan menjadi aspek penting agar masyarakat berani dalam berpartisipasi dalam pemilu. Penelitian dapat dilakukan dengan langkah strategis yaitu perumusan visi dan misi, pengkajian lingkungan eksternal, pengkajian lingkungan internal, perumusan isu-isu, penyusunan strategi pembangunan dengan tujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Dengan adanya proses komunikasi yang berjalan secara efektif dan efisien, maka strategi komunikasi dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Bentuk Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak.

Dalam hal penelitian kualitatif, Menurut Creswell (dalam Sugiyono, 2017:16) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah sarana untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok yang dikaitkan dengan masalah sosial atau manusia. proses penelitian melibatkan pertanyaan dan prosedur yang muncul; mengumpulkan data dalam pengaturan peserta; menganalisis data secara induktif, membangun dari hal-hal khusus hingga tema umum; dan membuat interpretasi makna data. laporan tertulis akhir memiliki struktur penulisan yang fleksibel.

Metode penelitian kualitatif dilakukan secara intensif, peneliti ikut berpartisipasi lama di lapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan dilapangan, dan membuat laporan penelitian secara mendetail.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Peneliti dengan judul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Medan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilihan Walikota Medan Tahun 2020” dilaksanakan pada Kantor Komisi Pemilihan Umum Kota Medan. Dalam penelitian ini penulis melakukan sebuah penelitian yang berlokasi di Jalan Kejaksaan No.37, Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara.

### **3.3 Informan Penelitian**

Informan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas tiga bagian, yaitu Informan Kunci yakni mereka yang mengetahui dan memiliki Informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian, Informan Utama yaitu orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, dan Informan Tambahan yaitu mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 informan kunci yang merupakan Ketua Komisi Pemilihan Umum Kota Medan, dan Komisioner Komisi Pemilihan Umum Kota Medan. Informan utama yaitu masyarakat.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan pencatatan peristiwa-peristiwa, hal-hal, keterangan-keterangan, atau karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data guna terlaksananya sebuah penelitian terkait.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan dua cara yaitu:

1. Teknik Pengumpulan Data Primer

Teknik pengumpulan data primer adalah pengumpulan data yang diperoleh melalui kegiatan penelitian secara langsung ke lokasi penelitian untuk mencari data-data yang lengkap dan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Teknik pengumpulan data primer ini dilakukan dengan cara:

- a. Metode Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, dan selanjutnya mengadakan pencatatan terhadap gejala-gejala yang ditemukan dilapangan. Nasution menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.
  - b. Metode Wawancara, yaitu kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh data yang lengkap dan mendalam dari para informan. Esterberg mendefinisikan interview “*a meeting of two persons to exchange information and idea through questions and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic*”. Pengumpulan data dilakukan melalui pertanyaan secara lisan kepada informan kunci yaitu Ketua KPU Kota Medan, Komisioner KPU Kota Medan, dan Informan Utama adalah Masyarakat.
2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui studi pustaka yang diperlukan untuk mendukung data primer. Adapun bentuk pengumpulan data sekunder yang dilakukan adalah:

- a. Penelitian Kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan berbagai literatur seperti buku, karangan ilmiah, dan sebagainya.
- b. Studi Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan-catatan atau dokumen yang ada dilokasi penelitian serta sumber-sumber lain yang dianggap relevan dengan objek penelitian.

### **3.5 Teknik Analisa Data**

Dalam pendekatan kualitatif, analisis data dilakukan sejak awal penelitian dan selama proses penelitian dilaksanakan. Data diperoleh, kemudian dikumpulkan untuk diolah secara



sistematis. Persoalan tersebut bukan menyangkut riset, tetapi apa yang disebut dengan tingkat analisis, dari tingkat analisis yang telah ditetapkan itulah data dapat diperoleh, dalam arti kepada siapa atau apa, tentang apa, proses pengumpulan data diarahkan. Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

#### Langkah-langkah Teknik Analisis Data:

1. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis.

Langkah ini melibatkan transkrip wawancara men-*scanning* materi, menetik data lapangan, atau memilah-milah dan menyusun data tersebut kedalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

2. Membaca keseluruhan data.

Langkah pertama adalah membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan.

3. Menganalisis lebih detail dengan meng-*coding* data.

*Coding* merupakan proses mengolah materi atau informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memakainya. Tahap ini merupakan tahap pengambilan data tulisan atau

gambar yang telah dikumpulkan selama proses pengumpulan segmentasi kalimat-kalimat atau paragraf.

4. Menerapkan proses koding untuk mendeskripsikan *setting* orang, kategori dan tema yang akan dianalisis.

Deskripsi ini melibatkan usaha penyampaian informasi secara detail mengenai orang, lokasi atau peristiwa-peristiwa dalam setingan tertentu.

5. Menunjukkan bagaimana deskripsi dan tema yang akan disajikan kembali dengan narasi atau laporan kualitatif.
6. Langkah terakhir dalam menganalisis data adalah menginterpretasikan atau memaknai data mengajukan pertanyaan seperti “pelajaran apa yang bisa diambil dari semua ini, dan akan membantu peneliti mengungkapkan esensi dari suatu gagasan.