

Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat untuk Mengikuti Pemilu 2019

Irsyad Aziz Fadhillah

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
Irsyadaziz06@gmail.com

Abstract—Various aspects that must be socialized to the voting community related to the election include: the benefits of the election, the names of election participants, the invitation to vote later at the time of voting, election procedures, election schedule, especially at the campaign stage, voting procedures, schedule voting and announcement of the results of the vote count. The messages in the socialization activities need to be done in an interesting, informative, simple and easy to understand way. Media outreach can be done in the form of voting simulations, or by installing public service advertisements in print and electronic media, advertising outdoor (outdoors) by installing banners and billboards in strategic places, distributing brochures, stickers and so on. To carry out election socialization, the KPU adheres to the Code of Conduct for Election Implementers. The goal of the KPU itself is how to increase public participation in the 2019 General Election. Of course when participation increases there is effectiveness of the KPU on the participation of community voters.

Keywords—Socialization, KPU, Participation, Effectiveness

Abstrak—Berbagai aspek yang harus disosialisasikan kepada masyarakat pemilih berkaitan dengan pemilu diantaranya yaitu : manfaat pemilu, nama-nama peserta pemilu, ajakan untuk memberikan suara nanti pada saat pemungutan suara, tata cara pemilu, jadwal pemilu, khususnya pada tahap kampanye, tata cara pencoblosan, jadwal pemungutan suara dan pengumuman hasil penghitungan suara. Pesan-pesan dalam kegiatan sosialisasi perlu dilakukan secara menarik, informative, sederhana dan mudah dipahami. Media sosialisasi dapat dilakukan dalam bentuk simulasi pencoblosan, ataupun dengan memasang iklan layanan masyarakat di media cetak dan elektronik, iklan *outdoor* (di luar ruangan) dengan memasang spanduk dan baliho di tempat-tempat strategis, penyebaran brosur, stiker dan sebagainya. Untuk melaksanakan sosialisasi pemilu, KPU berpegang pada Kode Etik Pelaksana Pemilihan Umum. Tujuan dari KPU sendiri adalah bagaimana meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pemilihan Umum 2019. Tentunya ketika partisipasi meningkat ada efektivitas dari KPU terhadap partisipasi pemilih masyarakat.

Kata Kunci—Sosialisasi, KPU, Partisipasi, Efektivitas

I. PENDAHULUAN

Sosialisasi KPU baik secara verbal oleh anggota KPU maupun melalui media sosial yang merata menjadi salah satu indikator partisipasi masyarakat dalam pemilu 2019. Kemudian peran KPU dalam sosialisasi merupakan proses

penyampaian informasi mengenai sistem, tata cara teknis, tahapan, program dan jadwal, hasil pemilu, serta hal-hal lain tentang penyelenggaraan pemilu Presiden dan Wakil Presiden, Anggota Legislatif DPR RI, DPD RI, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten atau Kota.

Berbagai aspek yang harus disosialisasikan kepada masyarakat pemilih berkaitan dengan pemilu diantaranya yaitu : manfaat pemilu, nama-nama peserta pemilu, ajakan untuk memberikan suara nanti pada saat pemungutan suara, tata cara pemilu, jadwal pemilu, khususnya pada tahap kampanye, tata cara pencoblosan, jadwal pemungutan suara dan pengumuman hasil penghitungan suara. Pesan-pesan dalam kegiatan sosialisasi perlu dilakukan secara menarik, informative, sederhana dan mudah dipahami. Media sosialisasi dapat dilakukan dalam bentuk simulasi pencoblosan, ataupun dengan memasang iklan layanan masyarakat di media cetak dan elektronik, iklan *outdoor* (di luar ruangan) dengan memasang spanduk dan baliho di tempat-tempat strategis, penyebaran brosur, stiker dan sebagainya. Untuk melaksanakan sosialisasi pemilu, KPU berpegang pada Kode Etik Pelaksana Pemilihan Umum. Agar hasil kerjanya dipercaya public, maka dalam melaksanakan tugas dan kewenangannya para pelaksana pemilihan umum harus bertindak independen, nonpartisan, dan tidak memihak. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, "Bagaimana bentuk sosialisasi KPU Kabupaten Bandung dalam mensosialisasikan pemilu 2019 kepada masyarakat? Bagaimana efektivitas KPU Kabupaten Bandung tingkat partisipasi masyarakat dalam pemilu 2019 ? selanjutnya tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bentuk sosialisasi KPU Kabupaten Bandung dalam mensosialisasikan pemilu 2019 kepada masyarakat.
2. Untuk mengetahui efektivitas KPU Kabupaten Bandung terhadap tingkat partisipasi masyarakat dalam pemilu 2019.

II. LANDASAN TEORI

Menurut Cheppy Haricahyono (1986:177) "istilah sosialisasi pada umumnya digunakan oleh ahli-ahli ilmu sosial untuk menunjukkan cara bagaimana anak-anak atau

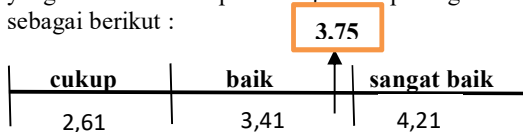
generasi yang lebih muda diperkenalkan dengan nilai-nilai dan sikap-sikap yang dianut oleh masyarakat, serta bagaimana mereka mempelajari peran-peranan yang diharapkan mereka jalankan kelak jika sudah dewasa”. Sedangkan sosialisasi politik bertujuan memberikan pendidikan politik yang mana menurut Joko J. Prihatmoko [1] adalah “membentuk dan menumbuhkan kepribadian politik dan kesadaran politik, serta partisipasi politik rakyat”.

Secara rinci Davis (2000:142) didalam bukunya menjelaskan bahwa definisi partisipasi adalah “Keterlibatan mental dan emosional seseorang atau individu dalam situasi kelompok yang mendorong dia untuk berkontribusi terhadap tujuan kelompok dan mempertanggung-jawabkan keterlibatannya.” Sedangkan menurut Djalal dan Supriadi (dalam Yuwono, 2001:201-202), adalah: “Menjelaskan bahwa makna partisipasi adalah pembuat keputusan dengan menyarankan kelompok atau masyarakat ikut terlibat dalam bentuk penyampaian saran dan pendapat, bahan, keterampilan, barang dan jasa.”

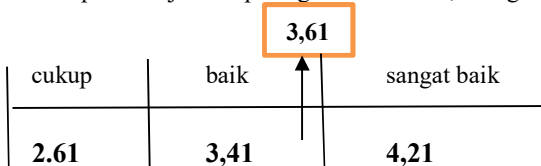
Menurut Echols & Shadily [2] menjelaskan bahwa: “Partisipasi adalah suatu kegiatan untuk membangkitkan perasaan dan di ikut-sertakan atau ambil bagian dalam kegiatan suatu organisasi.”

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel rekapitulasi jawaban responden mengenai sosialisasi yang penulis sajikan pada peneniltan ini, diperoleh bahwa hasil rata-rata total skor akumulasi jawaban sosialisasi KPU (X) sebesar 3,75. Hal tersebut mengindikasikan bahwa sosialisasi KPU (X) dalam kategori yang baik hal ini dapat ditunjukkan pada garis kontinum, sebagai berikut :



Berdasarkan tabel rekapitulasi jawaban responden mengenai partisipasi mengikuti pemilu 2019 yang penulis sajikan di halaman sebelumnya, diperoleh bahwa hasil rata-rata total skor akumulasi jawaban partisipasi (Y) sebesar 3,617. Hal tersebut mengindikasikan bahwa partisipasi mengikuti pemilu 2019 (Y) dalam kategori yang baik. Hal ini dapat ditunjukkan pada garis kontinum, sebagai berikut :



Empat tahapan atau bentuk itu adalah sebagaimana

yang dijelaskan oleh anggota Komisioner KPU Bapak Supriatna (Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM) dalam wawancara, yaitu tatap muka, seperti seminar, kunjungan, bimbingan; menggunakan alat praga, seperti baligo, spanduk, banner; media seperti media cetak, elektronik (televise radio), media online (berita online), media social (Instagram, facebook), serta menginformasikan tahapan dan partisipasi masyarakat.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Bentuk sosialisasi Komisi Pemilihan Umum dalam pemilu 2019 Bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum dalam mensosialisasikan Pemilihan Umum 2019 kepada masyarakat baik Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden maupun Pemilihan anggota Legislatif seperti Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), Dewan Perwakilan Daerah (DPRD) Provinsi, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten atau Kota dan Dewan Perwakilan Daerah (DPD). Empat tahapan atau bentuk itu, yaitu tatap muka, seperti seminar, kunjungan, bimbingan; menggunakan alat praga, seperti baligo, spanduk, banner; media seperti media cetak, elektronik (televise radio), media online (berita online), media social (Instagram, facebook), serta menginformasikan tahapan dan partisipasi masyarakat. Sosialisasi tatap muka yang dilakukan KPU Kabupaten Bandung diantaranya adalah melakukan kunjungan sekolah targetnya adalah pemilih pemula dengan mengadakan seminar “KPU Goes To Campus”, kunjungan kepada ormas se-Kabupaten Bandung untuk sosialisasi pemilu 2019, kunjungan dan sosialisasi kepada warga lapas, kunjungandan sosialisasi bersama perempuan. Bentuk sosialisasi menggunakan alat praga, KPU membuat baliho yang disimpan di tempat-tempat strategis seperti instansi-instansi karena banyak warga yang akan berdatangan kepada instansi tersebut, baligo yang dibuatnya pun menyerupai kertas suara yang dicoblosnya. Menggunakan media, KPU gencar melakukan sosialisasi lewat televise, radio bahkan media sosial seperti instagram, facebook dan youtube.
2. Berdasarkan data responden yang peneliti sebar, masyarakat sangat antusias sekali dalam mengikuti pemilihan umum 2019. Bahkan melebihi batas target yang ditargetkan oleh KPU nasional yaitu 77,5 persen, data KPU Kabupaten Bandung mencapai 83,8 persen. Artinya, sosialisasi yang dilakukan oleh KPU kabupaten Bandung sangat efektif terhadap tingkat partisipasi masyarakat. Walaupun dalam temuan ada sedikit faktor lain yang menyebabkan masyarakat menggunakan hak

pilihnya seperti faktor karena calon pilihannya.

V. SARAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan rekomendasi (saran-saran), baik rekomendasi teoritis maupun praktis, yang semuanya mengacu pada kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Rekomendasi Teoretis Peneliti berharap untuk penelitian ke depannya mengenai sosialisasi Komisi Pemilihan Umum untuk lebih mendalam dalam menentukan fokus penelitiannya, khususnya yang berkaitan dengan upaya meningkatkan partisipasi masyarakat.
2. Rekomendasi Praktis Di tengah semakin majunya teknologi, inovasi dan kreatifitas sangat diperlukan oleh KPU dalam sosialisasi pemilu agar tetap bisa mempersuasi masyarakat untuk mengikuti pemilihan umum, KPU harus bekerja lebih keras untuk melakukan sosialisasi melalui *event-event* terutama untuk pemilih pemula. Karena untuk melakukan pendidikan terhadap masyarakat yang awam akan politik tidaklah mudah. Diperlukan berbagai cara untuk dapat menyadarkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Prihatmoko, J. Joko. 2003. Pemilu 2004 dan Konsolidasi Demokrasi. Semarang: LP21.
- [2] Soetrisno, Loekman. 2000. Menuju Masyarakat Partisipatif. Yogyakarta: Kanisius.
- [3] Arisandi, Herman. 2015. Buku Pintar Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi dari Klasik sampai Modern. Yogyakarta: IRCiSoD.
- [4] Budiarjo, Miriam. 2008. Dasar-dasar Ilmu Politik. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [5] Gunawan, H. Ary. 2000. Sosiologi Pendidikan. Jakarta: PT Rineke Cipta.
- [6] Haricahyono, Cheppy. 1986. Ilmu Politik Dan Perspektifnya. Yogyakarta: CV. Bayu Grafika Offset.
- [7] Pasaribu, C dan Simanjuntak. 2006. Sosiologi dan Pembangunan. Bandung: Transito.
- [8] Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- [9] Sastropoetro, Santoso. 2008. Partisipasi, Komunikasi, Persuasi dan Disiplin Dalam Pembangunan Nasional. Bandung: Alumni.
- [10] Siti Irene Astuti D. 2009. Desentralisasi dan Partisipasi dalam Pendidikan. Yogyakarta: UNY
- [11] Steers, Richard M. 1985. Efektifitas Organisasi. Bandung: Erlangga.