



Praktik Komunikasi Massa Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Kediri dalam Sosialisasi Pemilu 2024

**M. Ilham Aditya Pratama¹, Ellyda Retpitasari^{2*}, Imas Condro Kinasih³,
Irva Rahma Devi⁴**

^{1,2,3,4}Institut Agama Islam Negeri Kediri

*¹Ilhamaditya140302@gmail.com, ²ellyda@iainkediri.ac.id, ³imaskinasih8@gmail.com, ⁴irvad799@gmail.com,

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the mass communication of the General Election Commission (KPU) of Kediri Regency in the implementation of clean democracy, especially for novice voters, and can be more responsible for actively participating in the implementation of future elections. This research uses qualitative research with a descriptive approach. The data collection technique was carried out by researchers through a series of activities including; interviews, observations, and documentation related to the mass communication of the Kediri Regency KPU. The results of this study refer to mass communication which is the most important thing in disseminating election information, the efficiency of its distribution must also use the right media. Communicator experts use media quickly and periodically that expand messages to inform, influence, or spur change. All of these become effective election socialization, but must be under intensive supervision so that there is no misunderstanding in the delivery of information.

Keywords: Mass Communication, Socialization, General Election Commission

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini menelaah komunikasi massa Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Kediri dalam pelaksanaan demokrasi yang bersih terutama bagi pemilih pemula, dan dapat lebih bertanggung jawab untuk berpartisipasi secara aktif dalam pelaksanaan pemilu yang akan datang. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif). Teknik pengumpulan data dilakukan peneliti melalui serangkaian kegiatan diantaranya; wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan komunikasi massa KPU Kabupaten Kediri. Hasil penelitian ini mengacu pada komunikasi massa yang menjadi hal terpenting dalam penyebaran informasi pemilu, efisiensi penyebarannya pun harus menggunakan media yang tepat. Ahli Komunikator menggunakan media secara cepat dan periodik yang memperluas pesan untuk menginformasikan, mempengaruhi, atau memacu perubahan. Semua itu menjadi sosialisasi pemilu yang efektif, tetapi harus dalam pengawasan intensif agar tidak ada kesalahpahaman dalam penyampaian informasi.

Kata Kunci: Komunikasi Massa, Sosialisasi, Komisi Pemilihan

PENDAHULUAN

Era digitalisasi di masyarakat mulai meningkat secara drastis dan tentunya perlu kewaspadaan terhadap isu hoax, terutama saat jelang pemilu yang penyebarannya sangat cepat dan massif. Penyebaran hoax bukan lagi masalah kecil yang bakal hilang begitu saja, hoax merupakan masalah krusial yang perlu segera diatasi karna akibatnya sangat fatal, dampak hoax sangat merugikan bagi penyelenggara pemilu dan juga masyarakat, mulai dari merusak pola pikir masyarakat yang bakal menganggap pemilu itu tidak adil, munculnya fragmentasi sosial dan dapat merusak citra politik lainnya maupun menurunnya nilai demokrasi. Maka dari itu penyelenggara pemilu serta pers perlu adanya tindakan untuk menangani berita hoax yang sangat cepat berkembang di era digitalisasi saat ini termasuk media sosial dan media massa lainnya. Branding di media sosial salah satu cara untuk mengurangi berita hoax dengan menyampaikan kegiatan yang secara nyata dengan terus menerus update di media sosial.

Beberapa kasus pemberitaan Hoax Pemilu 2019 diungkap Kominfo dalam Laporan Isu Hoax tanggal 22 s/d 24 Mei 2019 yaitu 7 kontainer

surat suara yang telah melakukan pemungutan suara di Pelabuhan Tanjung Priok, pengumuman silent KPU dari Facebook hendri.official, online pemungutan suara, polisi menembaki pengunjung rasa di depan Gedung Bawaslu, paslon Prabowo Sandiaga didukung KH Said Aqil, terjadi bencana badai pasir karena spanduk presiden ganti 2019, ganti presiden 2019 didukung pelaku bom bunuh diri, Prabowo Sandiaga didukung Najwa Shihab, Tiga puluh satu data pemilih baru diselundupkan Kemendagri, Muhammadiyah beri fatwa haram pilih PSI, KPU arahkan pendatang Tionghoa pilih, BUMN diminta Jokowi beri dukungan kemenangan Pilpres 2019, Anggota KPU mendapat ancaman pembunuhan jika Jokowi tidak menang pada Pilpres 2019.

Kasus-kasus di atas mencerminkan penyebaran Informasi berkembang lebih cepat melalui media sosial karena pesannya mudah tersampaikan, cepat menyebar, biayanya murah namun membuka ruang konflik kepentingan, manipulasi dan berita palsu (hoax) (Afriza & Adisantoso, 2018). Pemanfaatan media sosial untuk kampanye politik dan kompetisi berbasis figur juga membuka akses terhadap penyebaran hoax, kampanye negatif dan hitam. Situasi ini melatar belakangi penulis untuk menyelidiki hoax di media sosial, karena berita bohong cepat menyebar dan tidak terkendali harus sejalan dengan kemampuan teknis atau program yang mampu menghambat hoax secara otomatis. Pada penjelasan sebelumnya, telah dijelaskan bahwa masyarakat dapat mudah mengakses berbagai informasi, termasuk pemberitahuan lainnya yang mengenai perpolitikan Indonesia dan tidak jarang terpancing dengan pemberitahuan yang belum pasati benar. Oleh sebab itu media sosial perlu sangat diperhatikan dalam penyampaian Informasi seputar Pemilihan Umum (Pemilu). Pemilu adalah proses di mana warga negara suatu negara memilih para perwakilan mereka dalam pemerintahan, seperti anggota parlemen, presiden, gubernur, walikota, dan sebagainya. Pemilu adalah salah satu prinsip dasar demokrasi di mana rakyat memiliki hak untuk memilih pemimpin dan wakil-wakil mereka secara bebas dan adil. Proses pemilu biasanya melibatkan beberapa tahap, termasuk pendaftaran pemilih, kampanye politik, pemungutan suara, dan penghitungan suara. Hasil pemilu menentukan siapa yang akan memegang jabatan publik atau menjadi perwakilan rakyat untuk periode tertentu.

Tujuan utama dari pemilu adalah untuk menciptakan mekanisme

yang demokratis, di mana kebijakan dan kepemimpinan dapat diputuskan oleh suara mayoritas warga negara. Ini adalah aspek penting dalam menjaga prinsip-prinsip demokrasi dan menjaga hak-hak politik warga negara. Keterkaitan dalam suksesnya pemilu pada tahun 2024 juga tidak terlepas dari penyelenggaranya yaitu Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP), Badan Pengawas Pemilu (BAWASLU) dan Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Dalam pelaksanaan pemilu 2024, KPU Kabupaten Kediri mempersiapkan segala keperluan logistik dan memastikan penduduk Kabupaten Kediri ikut serta berpartisipasi penuh dalam mensukseskan pemilu 2024. Suara hak pilih mereka sangat menentukan masa depan 5 tahun kedepan. Mengenai hal tersebut, KPU Kabupaten Kediri memastikan agar masyarakat mendapatkan informasi terkait pemilu menjelang dengan berbagai cara yang dilakukan. Salah satunya yaitu sebuah komunikasi kepada masyarakat. Baik dengan bentuk sosialisasi maupun penyebaran dengan digital yaitu media sosial. di Kabupaten Kediri terdapat 26 Kecamatan dan 343 desa. Pada tahun 2017, jumlah penduduknya mencapai 1.571.555 jiwa dengan luas wilayah 1.386,05 km² dan sebaran penduduk 1.133 jiwa/km².

Untuk mencapai suatu tujuan, harus ada yang namanya strategi, taktik, atau perencanaan yang matang, seperti yang dilakukan KPU Kabupaten Kediri dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu legislatif tahun 2024 (Anwar Arifin, 2011). Perlunya praktik komunikasi yang dapat menyebarkan informasi secara luas kepada masyarakat. Praktik komunikasi adalah cara individu atau kelompok berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain dalam berbagai konteks dan situasi. Komunikasi adalah proses penting dalam kehidupan sehari-hari yang memungkinkan kita berbagi informasi, ide, perasaan, dan tujuan dengan orang lain. Praktik komunikasi yang efektif dapat membantu membangun hubungan yang sehat, memecahkan masalah, dan mencapai tujuan bersama.

Komunikasi massa merupakan produksi dan distribusi berbasis teknologi dan lembaga dari aliran pesan yang secara berkala serta paling luas dibagikan dalam masyarakat industri. Efektifitas penyampaian informasi sangat diperukan dan efisiensi penyebarannya pun harus

menggunakan media yang tepat. Proses dimana komunikator profesional menggunakan media untuk menyebarkan pesan dengan cepat dan teratur untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan memberikan dampak perubahan kepada khalayak yang beragam. Tergantung pada jenis media massa yang akan digunakan KPU Kabupaten Kediri nantinya, untuk menginformasikan kepada masyarakat. Menurut Nurani Soyomukti tentang jenis media massa yaitu ada beberapa bentuk yaitu media cetak (surat kabar, majalah), media audio (radio), media audio visual (televisi, film).

Dwi Haryono dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi KPU dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Samarinda Tahun 2015” berdasarkan Temuan dan Pembahasan Pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Samarinda tahun 2015, telah didirikan 1.580 TPS (Tempat Pemungutan Suara) yang tersebar di 59 kecamatan dan 10 kecamatan di Samarinda, dengan didukung oleh petugas honorer sebanyak 50 orang PPK, saya menerimanya., TPS atau KPPS memiliki 11.060 petugas sedangkan PPS memiliki 177 petugas. Artinya, jumlah agen khusus pendukung misi KPU sebanyak 11.287 orang. Tingkat partisipasi pemilih pada pemilihan walikota dan wakil walikota Samarinda tahun 2015 masih cukup rendah. Meski demikian, KPU Kota Samarinda sebenarnya telah melakukan berbagai cara dan strategi untuk meningkatkan jumlah pemilih, namun rendahnya jumlah pemilih bukan tanggung jawab KPU semata.

Namun hal ini menjadi tanggung jawab bersama antara KPU, pemerintah, masyarakat setempat, dan peserta pemilu itu sendiri. Strategi yang digunakan antara lain Meningkatkan kapasitas dan kualitas (Capacity Building) PPK, PPS dan KPPS. Memperkuat komunikasi dan keterbukaan Informasi KPU kepada publik, Sosialisasi Tatap Muka (face to face), Sosialisasi Melalui Media. Pada intinya penguatan komunikasi massa harus sesuai dan tepat penyebarannya (Dwi Haryono, n.d.).

Penelitian lain juga dibuktikan oleh Dilla Novita dan Ai Fitri dalam jurnalnya yang berjudul “Peningkatan Partisipasi Pemilih Milenial: Strategi Komunikasi Dan Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum Pada Pemilu 2019”. Berdasarkan hasil penelitiannya disimpulkan bahwa Strategi Pendidikan Pemilih bentuk salah satu metode yang dilakukan KPU Kota Bekasi dan berfokus khusus pada kebutuhan pemilih pemula, dalam hal ini adalah para

pelajar yang duduk di bangku Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) sederajat, dengan menggandeng Pemilih Pemula. Hal ini mengacu pada masa ketika KPU Kota Bekasi menggunakan media sosial untuk berkomunikasi secara transparan, bahan kampanye, dan alat peraga kampanye. Strategi dimensi internal yang kedua ialah kelemahan. Pembelajaran kelembagaan KPU dan penyelenggara, pengadaan bimbingan teknologi, koordinasi rutin antara komisioner dan sekretariat, dan berkoordinasi dengan KPU Kota Bekasi dilakukan dalam pemanfaatan sumber-sumber daya. Bahwa presentase partisipasi Pemilih Milenial pada pemilihan umum serentak di Kota Bekasi terus meningkat secara konsisten dari tahun 2004 hingga tahun 2019. Penelitian sebelumnya cenderung fokus pada strategi komunikasi dalam sosialisasi Pemilu, sedangkan penelitian ini memiliki perbedaan pada praktik komunikasi yang diimplementasikan. Oleh karena itu, peneliti dalam riset ini menelaah Praktik Komunikasi Massa KPU Kabupaten Kediri dalam Sosialisasi Pemilu 2024.

METODE

Penelitian Praktik Komunikasi Massa KPU Kabupaten Kediri dalam Sosialisasi Pemilu 2024” menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin, jenis kualitatif adalah jenis penelitian yang memberikan hasil yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan teknik statistik atau teknik (pengukuran) kuantitatif lainnya. Penelitian ini menggunakan teknik observasi dan wawancara. Metode kualitatif digunakan dalam desain penelitian ini karena data yang dikumpulkan terdiri dari data primer yaitu informan dan observasi, serta data sekunder yaitu data lapangan. Metodologi penelitian ini ketat dan akurat karena metodologi kualitatif relevan dan sejalan dengan pertanyaan penelitian yang dijawab melalui proses dan interpretasi yang bermakna. (Meleong, n.d.) Sumber data ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui observasi lapangan dan wawancara dengan informan. Data sekunder yang dipilih diperoleh dari studi literatur. Data dari dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini. Pengamat politik dan anggota Komisi Pemilihan Umum (KPU) dipilih sebagai informan. Sumber data sekunder penelitian

ini adalah data KPU berupa hasil pemilu parlemen, serta kajian dari berbagai literatur terkait dan penelitian terdahulu. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan penelitian, pedoman observasi, dan daftar wawancara untuk lebih mendalami dokumentasi. Subjek dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Sugiyono mengatakan bahwa teknik purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2015) Teknologi ini dipilih untuk memudahkan kegiatan penelitian dan tidak membatasi keleluasaan peneliti sebagai alat di lapangan. Wawancara juga dilakukan kepada pengamat politik dan Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Pegawai KPU Kabupaten Kediri. Observasi dilakukan terhadap proses sosialisasi politik di KPU. Selain itu, proses pengumpulan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan sifat penelitian. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa kata-kata yang dapat diamati, tindakan, dokumen, situasi, dan peristiwa. Sumber data adalah kata-kata yang diperoleh secara langsung atau tidak langsung melalui observasi atau wawancara, atau dokumen seperti catatan kegiatan yang terdokumentasi. Uji keabsahan data dalam penelitian ini didasarkan pada kriteria tertentu, yaitu derajat reliabilitas dan kebenaran (reliabilitas) data yang diperoleh dari informan yang terlibat dalam proses sosialisasi politik pemilu parlemen. Penjelasan (*explanation*) bukti kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan dan dokumen/dokumen penting lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi Pemilu

Salah satu proses dalam melaksanakan tugas Pemilu ialah dengan memberikan atau menyampaikan informasi terkait proses sosialisasi yang diberikan kepada seluruh rakyat. Menurut Peraturan KPU Nomor 11 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Sosialisasi terhadap Penyelenggaraan Pemilihan Umum oleh Kepala Daerah dan Wakilnya menjelaskan bahwa KPU ialah lembaga penyelenggara Pemilu yang bersifat nasionalis, tetap dan independen. Membahas tentang proses memberikan informasi mengenai sistem, teknis, prosedur, tahapan dan hasil pemilihan umum, program rencana pelaksanaan dan urusan pelaksanaan lainnya tentang pemilihan umum oleh Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang merupakan salah satu bentuk dari tugas dan peran oleh KPU.

Sosialisasi menjadi salah satu cara yang dilakukan KPU dalam menyampaikan pengetahuan dan pemahaman akan pentingnya hak pilih. Oleh karena itu, KPU mempunyai peran penting dalam mendorong sosialisasi kepada masyarakat agar dapat mencapai tingkat partisipasi yang maksimal sebagai negara demokrasi. (D, 2022, p. 3)

Sosialisasi adalah proses terjadinya perubahan cara berpikir individu atau kelompok sehingga dapat berperan dan menyesuaikan diri dengan fungsi yang sama dalam kelompok. Sosialisasi ialah interaksi sosial yang diberikan kepada masyarakat untuk mentransfer pengetahuan, membentuk nilai, sikap, dan perilaku, serta memungkinkan partisipasi aktif dan efektif dalam kelompok masyarakat (Putra, 2016). Sosialisasi politik adalah proses pembinaan sikap dan orientasi di kalangan masyarakat, dimana mereka kemudian menerapkan sikap dan orientasi dalam kehidupan sehari-hari. Proses yang dilakukan berlangsung selamanya secara lugas, tertib, dan melalui pendidikan politik yang tepat dan menyeluruh, baik dalam konteks resmi maupun informal dalam kehidupan sehari-hari (S., 2010).

Sosialisasi Pemilu terhadap pemilih pemula sangat penting karena terdapat penyampaian pengetahuan politik tentang hak, lembaga, tahapan, dan sistem penyelenggara Pemilu (Budiarjo, Miriam, 2009). Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan Pemilu harus dikaitkan dengan kapasitas masyarakat secara keseluruhan. Kompetensi kewarganegaraan merupakan keterampilan yang membantu seseorang menjadi warga negara yang partisipasi dan bertanggung jawab dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Tiga kompetensi kewarganegaraan yang harus dimiliki oleh pemilih pemula adalah pengetahuan kewarganegaraan, keterampilan dan karakter, yang menunjukkan pada karakter masyarakat yang penting bagi pemeliharaan dan pengembangan demokrasi konstitusional (M., 1999).

Dalam rangkaian pemilihan umum (Pemilu), sosialisasi politik menjadi salah satu tahapan penting sehingga penyelenggara pemilu tidak bisa mengabaikan prosesnya. Terdapat banyak kasus di mana kegagalan proses sosialisasi politik memberikan dampak yang mengecewakan terhadap proses pemilu. Misalnya, rendahnya partisipasi politik warga Kediri karena ketidaktahuan mereka. Hasil Pilkada Kabupaten Kediri. Sosialisasi Pemilu merupakan salah satu aspek terpenting di saat masih banyak masyarakat yang belum yakin akan pentingnya Pemilu bagi mereka,

apalagi saat ini masih banyak masyarakat yang pesimis dengan perubahan yang bisa dilakukan Pemilu menuju gaya hidup yang lebih sejahtera dan berkelanjutan. Ketika masyarakat pesimistis soal Pemilu terus tumbuh, sosialisasi tentang Pemilu menjadi semakin penting. Hal ini karena hal ini akan membantu masyarakat memahami urgensi pemilu dan mendorong masyarakat mengambil langkah proaktif untuk menjamin hak-hak pemilu ditegakkan secara baik, benar dan penuh tanggung jawab.

Salah satu faktor yang dapat berdampak negatif terhadap partisipasi massa dalam politik adalah upaya yang dilakukan KPU dalam mensosialisasikan penerapan sistem pemilihan umum, baik itu pemilihan umum presiden, ataupun pemilihan kepala daerah. KPU merupakan salah satu lembaga terpenting di negara mana pun untuk mewujudkan cita-cita demokrasi yang berlaku, khususnya di Indonesia. Sistem demokrasi Indonesia memastikan bahwa semua pemimpin menjalankan tugasnya dengan integritas; karenanya, semua pemimpin dipilih melalui partisipasi masyarakat dalam agenda Pemilihan Umum. KPU kini menjadi lembaga yang disegani di negara ini, tentunya sangat penting dalam pemilu, komisi ini tidak hanya berurusan dengan partai politik tetapi juga berhadapan dengan pemerintah dan masyarakat Indonesia. (Y., 2018).

Sosialisasi pemilu sebagai proses pendidikan dan pengembangan kapasitas kewarganegaraan kini menjadi kebutuhan mendasar bagi pemilih baru. Hal ini sangat penting ketika mempertimbangkan bagaimana calon pemimpin dipilih. Perlunya peningkatan kesadaran dan pemikiran kritis terhadap tahapan penyelenggaraan pemilu. Mereka tidak hanya menjadi subyek pemilu, namun juga menjadi penggerak pendewasaan partai politik yang memperjuangkan aspirasi masyarakat untuk memperkuat demokrasi Indonesia (M., 1999). Sosialisasi Pemilu juga dilaksanakan ke berbagai kelompok seperti halnya penyandang disabilitas. Mereka salah satu kelompok yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan partisipasinya dalam bernegara, dilakukannya sosialisasi diharapkan agar mereka dapat menjadi agen-agen penggerak yang belum bisa dijangkau oleh KPU (M.D et al., 2016).

Komunikasi Massa Dalam Pemilu

Komunikasi massa merupakan bagian penting dari masyarakat saat ini, sarana dimana masyarakat dapat berbagi informasi, ide dan pesan secara

luas. Dengan menjamurnya platform media dan bangkitnya komunikasi digital, komunikasi massa telah menjadi kekuatan dominan yang membentuk budaya, politik, dan kehidupan kita sehari-hari.

Komunikasi massa mengacu pada penyampaian informasi kepada khalayak luas melalui berbagai saluran seperti media cetak, penyiaran, online, dan media sosial. Hal ini melibatkan produksi dan distribusi pesan oleh organisasi atau individu untuk menjangkau khalayak yang luas. Komunikasi massa mencakup berbagai media, termasuk surat kabar, majalah, televisi, radio, film, situs, web, podcast, dan banyak lagi (Nielsen, Rasmus Kleis, 2016).

Komunikasi massa juga merupakan sarana penting komunikasi politik, membentuk kampanye pemilu, wacana politik, dan opini publik. Kandidat politik dan partai politik menggunakan komunikasi massa untuk mempromosikan platform mereka, berkomunikasi dengan pemilih, dan mempengaruhi persepsi publik. Liputan berita, iklan politik, dan kampanye media sosial mempengaruhi perilaku pemilih dan membentuk hasil politik. Komunikasi massa telah menjadi katalisator perubahan dan tindakan sosial. Hal ini penting ketika mengadvokasi hak-hak sipil, hak pilih perempuan, hak-hak LGBTQ+, isu lingkungan, dan gerakan sosial lainnya. Komunikasi massa menyediakan platform bagi suara-suara yang terpinggirkan, memungkinkan mereka untuk meningkatkan kesadaran, mengumpulkan dukungan, dan mengadvokasi perubahan. Media sosial telah meningkatkan kekuatan komunikasi massa dalam gerakan sosial, memungkinkan para aktivis menjangkau khalayak seluruh dunia dan memobilisasi tindakan untuk perubahan sosial (Eva Zinreich, 2023).

Terkait dengan pentingnya komunikasi massa melalui media dalam sosialisasi Pemilu 2024, sumber data yang peneliti peroleh dari pejabat struktural. Panji menunjukkan bahwa dengan adanya praktik komunikasi massa diharapkan seluruh warga negara Indonesia dapat berpartisipasi dalam Pemilu 2024 dengan tepat dan transparansi, proses demokrasi dapat berjalan dengan lancar, cepat, dan sukses. Berdasarkan apa yang terungkap, KPU meyakini demokrasi dalam lima tahun ke depan akan dapat diakses oleh seluruh warga negara Indonesia yang memiliki hak pilih, artinya manfaat demokrasi yang dijanjikan melalui pemilu memang akan terwujud (Rush, Michael, dan Philip Althoff, 2003). Namun dalam

hal ini, proses sosialisasi yang dilakukan tidak hanya mempersiapkan masyarakat untuk mengunjungi Tempat Pemungutan Suara (TPS), namun juga mempersiapkan masyarakat dalam menjaga ketertiban dan kelancaran Pemilu 2024.

Berdasarkan keterangan yang diperoleh dari informan Komisioner KPU, bahwa sasaran sosialisasi Pemilu antara lain anak muda, kalangan kampus, sekolah, organisasi masyarakat, partai politik, dan pemerintah daerah. Setelah KPU menetapkan sasaran itu kemudian KPU bersama-sama dengan panitia pemungutan suara (PPS) di tingkat kelurahan dan panitia pemilihan kecamatan (PPK) di tingkat kecamatan mengundang utusan berbagai kalangan masyarakat untuk mengikuti sosialisasi pemilu, perwakilan-perwakilan itulah yang kemudian diharapkan juga dapat membantu KPU dalam mensosialisasikan Pemilu dengan baik kepada masyarakat luas, seperti di kalangan muda, problematika dalam pemilu juga terkait menyukai partisipasi politik seperti mengikuti pemilu, menyumbang dana, menjadi relawan, ataupun mengikuti perkumpulan. Kemudian, kedua kelompok tersebut juga mengonsumsi media dengan cara yang berbeda dibandingkan generasi muda yang tidak lagi membaca koran atau mendengarkan berita di televisi atau radio. Internet telah memudahkan siapa pun untuk belajar dan berpartisipasi dalam politik. Selain itu, sensor internet juga melemahkan polarisasi politik di kalangan generasi milenial (C & S, 2010).

Komunikasi massa juga terjadi melalui media sosial, yang dapat dipandang sebagai strategi komunikasi politik yang sayangnya cenderung berfokus pada isu dan aktor politik, atau isu yang terkait dengan kebijakan dan strategi pemerintah. Komunikasi politik yang ideal dapat dicapai dengan bekerja sama dengan kebijakan politik yang sehat, termasuk memiliki produk yang dapat diandalkan, place yang sesuai, dan price yang murah dan terjangkau (Cangara, 2016). Konten media sosial mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi opini publik, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan politik mereka. Salah satu topik utama perdebatan masyarakat di bidang ilmu politik adalah kemampuan masyarakat dalam menganalisis, memahami, dan skeptisisme politik terhadap isu-isu politik.

Fitur-fitur media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan Whatsapp merupakan sebagian fitur yang sering digunakan oleh

masyarakat Indonesia serta para generasi millennial secara khusus. Dalam kajian strategi komunikasi politik, pengemasan pesan dalam kampanye politik sangatlah penting. Pesan-pesan akan mengatur cara masyarakat memaknainya, sehingga pesan-pesan ini harus disesuaikan dengan isu-isu yang sedang berkembang dalam masyarakat ini (Yanto, 2014, pp. 61–72).

Praktik Komunikasi Massa KPU Kabupaten Kediri melalui Sosialisasi

Ada banyak strategi sosialisasi yang bisa dilakukan, dan salah satu yang paling penting adalah strategi pemilih pemula dalam Pemilu yang dilakukan oleh KPU. Sebab, pada tahun ini Pemuda Indonesia Generasi Z menjadi sasaran program sosialisasi KPU. Pokok argumennya adalah Generasi Z bisa menjadi agen perubahan bagi Bangsa, salah satunya lewat Pemilu. Strategi ini tidak jauh berbeda dengan Prihatmoko & Moessafa yang juga mengartikan strategi sebagai segala upaya dan tindakan yang dilakukan untuk memaksimalkan keuntungan dalam konteks tertentu (Prihatmoko Joko dan Moesafa, 2008), Kurangnya partisipasi generasi muda menyebabkan perubahan akan terjadi secara perlahan. KPU bekerjasama dengan beberapa perguruan tinggi dan sekolah-sekolah melalui khusus untuk menargetkan pemilih pemula yang notabene diantaranya merupakan pelajar SMA ataupun Mahasiswa. Oleh karena itu, salah satu indikator keberhasilan suatu Pemilu adalah tingkat partisipasi pemilih yang menunjukkan bahwa penyelenggaraan Pemilu tersebut mempunyai kepercayaan dari masyarakat. Akibatnya, dalam arti politik, partisipasi juga berdampak terhadap kuatnya derajat legitimasi pemerintah yang dihasilkan (Ramadhanil Fadli, 2004).

Sebagai contohnya dari kalangan guru, terutama yang mengampu Pelajaran kewarganegaraan, bisa memberikan materi tentang pemilu mendatang saat kegiatan belajar mengajar di sekolah.

Menurut Komisioner KPU, Agus Hariono dalam pelaksanaan kunjungan belajar Madrasah Ibtidaiyah (MI) Alam Alfawas Pare menjelaskan kepada siswa MI dan memberikan sedikit wawasan kepada mereka yang nantinya bisa digunakan disekolahan, contohnya pemilihan ketua kelas.



Gambar 1. Foto Kegiatan Sosialisasi dari KPU Kabupaten Kediri

Maka dalam hal ini dapat disimpulkan praktik komunikasi yang baik dapat membantu meningkatkan sosialisasi menjadi lebih baik. Selain itu meningkatkan hubungan interpersonal, menghindari kesalahpahaman, dan menciptakan lingkungan yang lebih harmonis di berbagai aspek kehidupan (Rahman, Arifin, 2002). Namun praktik komunikasi massa juga memiliki berbagai masalah yang dapat memengaruhi masyarakat, budaya, dan masyarakat secara keseluruhan. Beberapa masalah yang sering terkait dengan komunikasi massa meliputi:

Pertama, manipulasi informasi merupakan media massa yang dapat digunakan untuk memanipulasi informasi atau menyajikan berita yang tendensius. Hal ini dapat memengaruhi persepsi masyarakat tentang isu-isu tertentu dan memicu konflik atau ketidaksepakatan. Kedua, stereotipe dan prasangka komunikasi massa sering kali memperkuat stereotipe dan prasangka terhadap kelompok tertentu, seperti berdasarkan ras, agama,

jenis kelamin, atau orientasi seksual. Hal ini dapat menghasilkan diskriminasi dan ketidaksetaraan.

Ketiga, konsumsi media terhadap kesehatan mental dapat mempengaruhi konsumsi media massa yang berlebihan, terutama yang berkaitan dengan konten berita negatif atau kekerasan, dapat berdampak negatif pada kesehatan mental individu, seperti meningkatkan tingkat kecemasan dan depresi. Keempat, kehilangan privasi di era digital, data pribadi individu sering kali dikumpulkan dan digunakan oleh perusahaan media dan periklanan tanpa izin atau pengetahuan yang memadai dari individu tersebut.

Kelima, perusakan nilai budaya globalisasi media massa dapat mengakibatkan homogenisasi budaya, dengan budaya lokal yang terpinggirkan atau bahkan terancam punah oleh budaya global yang dominan. Keenam, sensasionalisme media, sering kali cenderung mengutamakan berita sensasional yang dapat menarik perhatian, bahkan jika itu tidak relevan atau tidak benar-benar penting bagi masyarakat. Hal ini dapat mengaburkan prioritas masyarakat dan mengganggu pemahaman yang sehat tentang isu-isu kritis. Ketujuh, monopoli media merupakan konsolidasi perusahaan media dalam tangan sedikit pemilik dapat menghasilkan monopoli dan menghambat kebebasan pers serta beragam perspektif (Munir, Sirajul, 2016).

Kedelapan, konsumsi yang berlebihan dapat menjadikan ketergantungan pada media massa, khususnya media sosial, dapat mengarah pada konsumsi yang berlebihan dan kecanduan, yang dapat mengganggu produktivitas dan hubungan sosial. Kesembilan, adanya ketidaksetaraan akses mengakibatkan semua orang tidak memiliki akses yang sama ke media massa dan teknologi komunikasi modern. Ini dapat memperdalam kesenjangan informasi dan pengetahuan antara kelompok yang memiliki akses dan yang tidak. Kesepuluh, penyebaran disinformasi media massa juga bisa menjadi alat untuk menyebarkan desinformasi atau berita palsu, yang dapat membingungkan masyarakat dan mengganggu proses demokratis. Penting untuk diingat bahwa media massa juga memiliki peran yang sangat penting dalam masyarakat, termasuk memberikan informasi, mengedukasi, dan mempromosikan diskusi publik. Namun,

masalah-masalah di atas perlu dipahami dan ditangani agar praktik komunikasi massa dapat berfungsi secara positif bagi masyarakat.

Dalam penelitian ini praktik komunikasi salah satunya sosialisasi pemilu 2024 merupakan proses penting untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pemilihan umum yang akan dilaksanakan pada tahun 2024 (Wardani, Sri Bud Eko, 2014). Tujuan dari sosialisasi pemilu adalah untuk meningkatkan partisipasi pemilih, memastikan bahwa masyarakat memahami proses pemilihan, dan memastikan pemilu berjalan dengan adil dan transparan. Beberapa langkah yang dapat diambil dalam sosialisasi pemilu 2024 (Surbakti Ramlan, 2010). Pertama, Informasi tentang Pemilu, menyediakan informasi dasar tentang pemilihan umum, termasuk tanggal pelaksanaan, jenis pemilu (misalnya, pemilihan presiden, legislatif, atau lokal), dan pentingnya partisipasi pemilih dalam proses demokrasi. Kedua, Cara Mendaftar sebagai Pemilih harus memastikan bahwa masyarakat tahu cara mendaftar sebagai pemilih. Ini termasuk informasi tentang syarat-syarat pendaftaran, tempat pendaftaran, dan batas waktu pendaftaran. Ketiga, pentingnya hak pilih yang dalam demokrasi dan bagaimana setiap suara memiliki dampak pada hasil pemilihan,

Keempat, proses pemungutan suara tentunya menjelaskan proses pemungutan suara, termasuk lokasi tempat pemungutan suara, jadwal, dan jenis surat suara yang digunakan. Sosialisasi juga dapat mencakup demonstrasi tentang cara menggunakan surat suara dengan benar. Kelima, kandidat dan platform untuk memberikan informasi tentang calon-calon yang akan bersaing dalam pemilihan, serta platform politik mereka. Ini membantu pemilih membuat keputusan yang terinformasi. Keenam, etika pemilu menjadikan pendorong kampanye yang adil dan etis, serta menghindari politik uang, intimidasi pemilih, dan tindakan yang melanggar aturan pemilu. Ketujuh, keamanan pemilu yang harus menyampaikan informasi tentang tindakan keamanan yang diambil untuk melindungi integritas pemilu, seperti pencegahan penipuan pemilih dan manipulasi suara. Kedelapan, partisipasi pemilih muda yang mengahruskan fokus pada meningkatkan partisipasi pemilih muda dengan cara yang relevan dan menarik bagi mereka. Kesembilan, sumber informasi resmi mengarahkan masyarakat kepada sumber informasi resmi mengenai pemilu, seperti situs web komisi pemilihan atau badan terkait. Kesepuluh, kampanye sosial dan media dianjurkan menggunakan media sosial, iklan, dan kampanye online

untuk menyebarkan informasi pemilu dan mendorong partisipasi. Kesebelas, debat publik dan diskusi mendorong debat publik dan diskusi tentang isu-isu politik penting serta perbandingan antara calon-calon. Kedua belas, membantu pemilih dengan kebutuhan khusus yang harus memastikan bahwa pemilih dengan kebutuhan khusus memiliki akses yang sama dan layanan yang diperlukan untuk berpartisipasi dalam pemilu.

KESIMPULAN

KPU Kabupaten Kediri dalam memberikan informasi dan sarana komunikasi kepada pemilih, menggunakan praktik komunikasi massa. Tujuan diadakan sosialisasi yaitu untuk mensukseskan Pemilu 2024, KPU kabupaten Kediri menggunakan beberapa strategi komunikasi dalam Sosialisasi Pemilu 2024. Sasaran sosialisasi Pemilu antara lain anak muda, kalangan kampus, sekolah, organisasi masyarakat, partai politik, dan pemerintah daerah. Setelah KPU menetapkan sasaran itu kemudian KPU bersama-sama dengan panitia pemungutan suara (PPS) di tingkat kelurahan dan panitia pemilihan kecamatan (PPK) di tingkat kecamatan mengundang utusan berbagai kalangan masyarakat untuk mengikuti sosialisasi pemilu, perwakilan-perwakilan itulah yang kemudian diharapkan juga dapat membantu KPU dalam mensosialisasikan Pemilu dengan baik kepada masyarakat luas, seperti di kalangan muda, problematika dalam pemilu juga terkait menyukai partisipasi politik seperti mengikuti pemilu, menyumbang dana, menjadi relawan, ataupun mengikuti perkumpulan. Kemudian, kedua kelompok tersebut juga mengonsumsi media dengan cara yang berbeda dibandingkan generasi muda yang tidak lagi membaca koran atau mendengarkan berita di televisi atau radio.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, A., & Adisantoso, J. (2018). Metode Klasifikasi Rocchio untuk Analisis Hoax. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Agri-Informatika*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.29244/jika.5.1.1-10>
- Anwar Arifin. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Budiarjo, Miriam. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- C, B., J., & S, M., J. (2010). Myfacetube politics: Social networking web sites and political engagement of young adults. *Social Science Computer Review*, 28(1).
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers.
- D, W., G. (2022). *Efektivitas Sosialisasi Pemilu dalam Rangka Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat di KPU Kota Sorong Provinsi Papua Barat*. IPDN.
- Dwi Haryono. (n.d.). Strategi KPU dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Samarinda Tahun 2015. *Samarinda*.
- Eva Zinreich. (2023). *Mass Communication: Understanding the Power Of Media In Today's World*. 13:03.
- M., B. (1999). *Making the Case for Civic Education: Where We Stand at the End of the 20 th Century*. Calabasas: Center for Civic Education. Center for Civic Education.
- M.D, R., H., Y., & Nurmalisa, Y. (2016). Peranan KPU dalam sosialisasi pemilukada kepada penyandang disabilitas di kota Bandar lampung. *Jurnal Kultur Demokrasi*, 5(1).
- Meleong, L. J. (n.d.). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- Munir, Sirajul. (2016). Peningkatan Partisipasi Masyarakat (Analisis dalam Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Sumenep Tahun 2015). *UIN Suanan Kalijaga*.
- Nielsen, Rasmus Kleis. (2016). *News Media, Search Engines and Social Networking Sites As Varieties Of Online Gatekeepers*. Routledge.

- Prihatmoko Joko dan Moesafa. (2008). *Menangg Pemilu di Tengah Oligarki Partai*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Belajar.
- Putra, A. D. T. (2016). Inovasi Model Sosialisasi Peran Serta Masyarakat Dalam Pemilu. *Jurnal Wacana Politik*, 1(2). <https://doi.org/10.24198/jwp.v1i2.11056>
- Rahman, Arifin. (2002). *Sistem Politik Indonesia dalam Perspektif Struktural Fungsional*. Surabaya, Penerbit SIC.
- Ramadhanil Fadli. (2004). *Desain Partisipasi Masyarakat Dalam Pemantauan Pemilu, Kemitraan Partnership*. Jakarta.
- Rush, Michael, dan Philip Althoff. (2003). *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta, PT Raja Garafindo Persada.
- S., R. (2010). *Memahami Politik*. Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. *Bandung: Alfabeta*, h.124.
- Surbakti Ramlan. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta, PT. Grasindo.
- Wardani, Sri Bud Eko. (2014). *Sosialisasi dan Partisipasi dalam Pemilu di Indonesia: Antara Regulas, cara dan substansi*.
- Y., M. (2018). Analisis Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Menumbuhkan Partisipasi Politik Bagi Pemilih Pemula di Kecamatan Pontianak Barat. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(1).
- Yanto. (2014). Strategi Kampanye Politik Calon Anggota Legislatif Incumbent Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Dalam Menghadapi Pemilu Legislatif 2014 (Studi Kasus Partai Golkar Di Kabupaten Muko-Muko). *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 1(2).