

Komunikasi Politik pada PPS di Desa Gedangsewu dalam Mensosialisasikan Pemilu 2024

Binti Khoiriyah dan Ellyda Retpitarsari

bintichoir846@gmail.com dan ellyda@iainkediri.ac.id

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Abstract

In order to welcome the 2024 elections, higher public participation, changes in political dynamics, and challenges in modern elections will be important points that need attention. These elections have the potential to bring about substantial changes in the political system, but also require a concerted effort from governments, political parties, and civil society to ensure the integrity, transparency, and inclusiveness of such elections. This requires important roles of the community in their respective domiciles. The most strategic level in socializing elections is the village. Inside there is a Voting Election Officer (PPS) whose job is to coordinate village communities to participate in the 2024 elections. Political communication is very influential in political strategy. In this study, researchers want to analyze how PPS socializes this upcoming election. The aim of this research is to ascertain the mechanism of political correspondence and its effects on the inhabitants of Gedangsewu Village. Employing Carl L. Hoyle's concept of mindset alteration, the mode of inquiry or information gathering adopted in this investigation is through documentation and conducting interviews.

Keywords: Communication, politics, & persuasive

Abstrak

Menyambut pemilu 2024, penting untuk diperhatikan peningkatan partisipasi masyarakat, perubahan dinamika politik dan tantangan dalam pemilu modern. Pemilu ini dapat menyebabkan perubahan signifikan dalam sistem politik, tetapi juga membutuhkan upaya bersama dari pemerintah, partai politik, dan masyarakat sipil untuk memastikan integritas, transparansi, dan inklusivitas pemilu ini. Pada dasarnya mengasumsikan peran penting bagi komunitas di rumah mereka. Level paling strategis dalam sosialisasi pemilu adalah desa. Di dalamnya tersebut terdapat Petugas Pemungutan Suara (PPS) yang bertugas mengkoordinir masyarakat desa untuk mengikuti pemilu tahun 2024. Komunikasi politik sangat berpengaruh dalam strategi politik. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menganalisis bagaimana PPS

mensosialisasikan pemilu mendatang. Maksud dari studi ini adalah untuk memahami proses komunikasi politik dan dampaknya pada penduduk Gedangsewu. Teori perubahan tingkah laku oleh Carl L. Hoyle digunakan, dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan wawancara. Tujuan peneliti menggunakan teori tersebut untuk mengetahui bagaimana dampak, faktor pendukung, dan penghambat Petugas Panitia Pemungutan Suara (PPS) dalam mensosialisasikan Pemilihan Umum 2024 di Desa Gedangsewu. Dengan ini peneliti dapat memberikan kritik maupun saran atas apa yang diteliti sebagai hasil akhir penelitian.

Kata kunci: Komunikasi, politik, & persuasi

PENDAHULUAN

Dalam era modern yang penuh dengan inovasi dan kemajuan pesat, perkembangan teknologi telah menjadi salah satu aspek paling menonjol yang mempengaruhi kehidupan kita. Teknologi terus berkembang dengan kecepatan yang luar biasa, mempengaruhi hampir setiap aspek kehidupan manusia, mulai dari komunikasi hingga industri, dari pendidikan hingga hiburan. Dalam beberapa dekade terakhir, kita telah menyaksikan perubahan drastis yang telah mengubah cara kita berinteraksi, bekerja, dan hidup secara keseluruhan. Perkembangan teknologi saat ini didorong oleh beberapa faktor kunci. Salah satunya adalah kemajuan dalam komputasi dan kecerdasan buatan. Komputer telah menjadi lebih kecil, lebih cepat, dan lebih efisien dalam hal pengolahan data. Ini telah memungkinkan pengembangan perangkat yang lebih canggih dan aplikasi yang lebih kuat, termasuk kecerdasan buatan yang semakin cerdas dan mandiri.

Selain itu, Internet telah berperan sebagai katalisator utama dalam perkembangan teknologi saat ini. Koneksi internet yang cepat dan luas telah membuka pintu bagi inovasi yang tak terhitung jumlahnya. Internet of Things (IoT), di mana perangkat-perangkat yang berbeda dapat saling terhubung dan berkomunikasi melalui internet, telah memungkinkan pembangunan kota pintar, rumah pintar, dan sistem yang lebih efisien dalam berbagai bidang, seperti kesehatan dan transportasi.

Teknologi juga telah mengubah cara kita berkomunikasi. Sosial media dan platform berbagi informasi telah mengubah cara kita terhubung satu sama lain dan berbagi cerita kita. Komunikasi telah menjadi lebih cepat, lebih mudah, dan lebih luas dalam jangkauan. Kita dapat berinteraksi dengan orang-orang di seluruh dunia dalam hitungan detik, membawa ide dan informasi dari berbagai budaya dan perspektif.

Dalam dunia industri, perkembangan teknologi telah memunculkan konsep Industri 4.0. Produksi otomatis dan digital, menggunakan teknologi seperti robotika, big data, dan analitik, telah mengubah lanskap industri secara signifikan. Proses manufaktur yang dulu memakan waktu berhari-hari sekarang dapat diselesaikan dalam hitungan jam, menghasilkan efisiensi yang luar biasa. Namun, dengan perkembangan teknologi yang pesat juga datang sejumlah tantangan. Tantangan tersebut termasuk masalah privasi dan keamanan data, serta pengaruh teknologi terhadap tenaga kerja manusia. Pertanyaan etika juga muncul seiring dengan kemajuan dalam kecerdasan buatan dan teknologi genetika. Perkembangan teknologi saat ini adalah sebuah perjalanan yang menarik dan terus berkembang. Dengan inovasi terus-menerus dan penemuan baru, kita dapat mengharapkan perubahan yang lebih besar lagi di masa depan. Penting bagi kita semua untuk memahami dan mengikuti perkembangan ini, sehingga kita dapat mengambil manfaat maksimal dari teknologi modern sambil meng

Hidup di zaman sekarang memang tak lepas dari yang namanya internet. Segala sesuatu, baik kebutuhan internal maupun eksternal dapat mudah terpenuhi dengan adanya internet. Maka tak jarang semua orang yang hidup di dunia terutama pengguna internet memiliki akun media sosial. Entah itu untuk kepentingan pribadi, bisnis, politik ataupun yang lainnya. Tak sadar semua aktifitas bisa dimudahkan hanya dengan mengontrol dari jarak jauh. Salah satunya adalah sosialisasi pemilu 2024, memang tahun tersebut merupakan pesta politik. Sudah ditetapkan pada surat keputusan dengan nomor 21 Tahun 2022 yang telah ditanda tangani Ketua KPU Ilham Saputra. Dalam korespondensi tersebut, KPU mengumumkan bahwa hari pemilihan umum Pemilu 2024 akan jatuh pada hari Rabu, 14 Februari 2024. Pemilihan Parlemen Indonesia Tahun 2024, yang terdiri

dari DPR, DPD, dan DPRD (dapat disingkat menjadi Pemilihan Parlemen Tahun 2024), merupakan bagian dari pemilihan umum Indonesia tahun 2024 yang berlangsung pada tanggal 14 Februari 2024. Pada tahun ini, Pileg akan diselenggarakan bersamaan dengan Pilpres dan Pilkada 2024. Meskipun demikian, pelaksanaan Pileg, Pilpres, dan Pilkada pada waktu yang sama masih menimbulkan perselisihan. dan masih mencari titik jalan tengahnya ke Mahkamah Konstitusi.

Di tahun tersebut merupakan momentum menguji kedewasaan bangsa Indonesia, utamanya yang memiliki hak pilih untuk menentukan sosok yang dimandatkan sebagai pemimpin dan wakilnya dalam menggerakkan pemerintahan negeri ini. Oleh karena itu, seluruh penduduk Indonesia yang berhak memilih akan menentukan pilihan untuk memilih pasangan calon Presiden-Wakil Presiden, anggota DPR RI, anggota DPD RI, anggota DPRD provinsi, anggota DPRD kota dan kabupaten. Selain itu, pada pelaksanaan Pilkada akan memilih pasangan calon gubernur – wakil gubernur, bupati – wakil bupati atau walikota – wakil walikota. Menjaga kehormatan negeri ini yang beragam budaya merupakan suatu kewajiban.

Harapannya pelaksanaan pemilu yang benar – benar dilaksanakan serentak ini hasilnya mampu memberikan kontribusi luar biasa untuk memajukan bangsa dan negara. Tanpa meninggalkan peran pemuda, berdasarkan hasil sensus penduduk 2020 pada hari Jumat, 22 Januari 2021, populasi generasi Z (kelahiran antara tahun 1997-2012) mencapai 75,49 juta orang atau setara dengan 27,94 persen dari keseluruhan populasi di Indonesia. Di sisi lain, populasi kedua yang paling dominan berasal dari generasi milenial (kelahiran antara tahun 1981-1996) dengan jumlah sebanyak 69,38 juta jiwa atau sebesar 25,87 persen.¹

Menurut Hovland, perubahan sikap terjadi melalui tiga faktor utama: komunikator, pesan, dan penerima pesan. Hovland mengemukakan bahwa efektivitas sebuah pesan persuasif tergantung pada karakteristik dari ketiga faktor

¹ Muhammad Idris, "Generasi Z dan Milenial Dominasi Jumlah penduduk Indonesia," *KOMPAS.com* (blog), 22 Januari 2021, <https://money.kompas.com/read/2021/01/22/145001126/generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-indonesia#>.

tersebut. *Pertama* Komunikator, Hovland menekankan pentingnya kredibilitas komunikator dalam mempengaruhi perubahan sikap. Kredibilitas komunikator dapat dipengaruhi oleh keahlian, pengetahuan, dan sumber daya yang dimilikinya. Jika komunikator dianggap berkompeten dan dapat dipercaya, pesan persuasifnya akan lebih mungkin diterima dan mempengaruhi perubahan sikap.

Kedua pesan, Hovland menyoroti bahwa isi pesan persuasif harus disusun dengan baik untuk mencapai efek yang diinginkan. Pesan yang kuat, logis, relevan, dan memperhatikan audiens yang dituju cenderung lebih berhasil dalam mempengaruhi perubahan sikap. *Pertama* penerima pesan, Hovland menekankan bahwa karakteristik penerima pesan, seperti kepercayaan, sikap awal, dan motivasi, akan mempengaruhi cara pesan persuasif diterima. Penerima yang memiliki sikap awal yang kuat mungkin memerlukan argumentasi yang lebih kuat untuk mengubah sikapnya. Selain itu, faktor seperti motivasi dan minat juga berperan dalam menerima dan memproses pesan persuasif.

Pendekatan humanistik yang dikemukakan oleh DeVito dalam konteks komunikasi interpersonal lebih menekankan pada hubungan antarpribadi dan pengaruhnya terhadap perubahan sikap. Menurut DeVito, pendekatan humanistik dalam komunikasi melibatkan empat prinsip utama: *Pertama* penerimaan, prinsip ini menekankan pentingnya menerima dan menghormati pribadi dan pengalaman orang lain dalam komunikasi. Dalam konteks perubahan sikap, pendekatan humanistik menekankan pada pengertian dan penghargaan terhadap sudut pandang penerima pesan.

Kedua Empati, Prinsip ini melibatkan kemampuan untuk memahami dan merasakan situasi dan emosi orang lain. Dalam konteks perubahan sikap, kemampuan untuk merasakan dan memahami perspektif penerima pesan dapat membantu membangun hubungan yang kuat dan mempengaruhi sikap mereka. *Ketiga* kesamaan, Prinsip ini mencakup upaya untuk menemukan kesamaan atau persamaan antara diri sendiri dan penerima pesan. Dalam komunikasi persuasif, mencari kesamaan atau titik temu dapat mempengaruhi penerima pesan untuk lebih terbuka terhadap perubahan sikap.

Keempat autentisitas, Prinsip ini menggar, isbawahi pentingnya kesungguhan dan kejujuran dalam komunikasi. Dalam konteks perubahan sikap, penerima pesan cenderung lebih responsif terhadap komunikator yang terlihat tulus dan meyakinkan. Pendekatan humanistik DeVito mengarahkan perhatian pada pentingnya hubungan interpersonal yang positif, empati, dan saling pengertian dalam mempengaruhi perubahan sikap.

Maka dari itu perlunya generasi muda dalam persiapan pemilu 2024 agar dalam masalah teknologi saat ini yang notabene anak-anak muda yang mengerti dapat mereka manfaatkan menjadi media untuk menyalurkan pesan-pesan pemilu 2024 ke masyarakat luas.

KAJIAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini, peneliti memilih beberapa jurnal sebagai landasan penelitian. Penelitian terdahulu diantaranya pada jurnal yang ditulis oleh Abdul Basit, Eko Purwanto dkk Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Muhammadiyah Tangerang tahun 2022 dengan judul Teknologi Komunikasi Smartphone Pada Interaksi Sosial. Jurnal tersebut memeriksa akibat penggunaan smartphone dalam teknologi komunikasi pada interaksi sosial. Pendekatan yang dipakai ialah metode kuantitatif, dengan populasi ditetapkan di PT Paragon Technology and Innovation dengan jumlah sampel 150. Temuan penelitian menunjukkan bahwa teknologi komunikasi smartphone berpengaruh terhadap interaksi sosial pengguna, yang terlihat dari cara penggunaannya sebagai alat komunikasi dalam kehidupan sehari-hari.²

Dalam penelitian kedua ini, yang ditulis oleh Yohanes Thianika Budiarsa dari Universitas Diponegoro dan Andreas Pandiangan dari Universitas Katolik Soegijapranata pada tahun 2022 berjudul "Komunikasi Politik di Masa Pandemi: Analisis Isi Unggahan Instagram Mengenai Program Pengendalian Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi" telah ditemukan. Tujuan dari postingan tersebut adalah untuk memahami komunikasi politik dari pemerintah, partai pro pemerintah, partai

² Abdul Basit dkk., "Teknologi Komunikasi Smartphone Pada Interaksi Sosial," *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (16 Juni 2022): 1, <https://doi.org/10.30656/lontar.v10i1.3254>.

oposisi, dan anggota DPR tentang kebijakan penanggulangan Covid-19 dan pemulihan ekonomi nasional di Instagram.

Data dikumpulkan melalui teknik observasi dan dokumentasi, dengan konten yang dianalisis adalah unggahan Instagram politikus dari 1 April 2020 hingga 31 Agustus 2021. Hasil analisis terhadap 172 pesan menunjukkan bahwa pemerintah adalah komunikator politik yang paling aktif dan membahas program pencegahan dan pemulihan ekonomi dari Covid-19. Mayoritas komunikasi politik ini disajikan dalam bentuk gambar/foto dan video. Meskipun memiliki jumlah tagar terendah, komunikasi politik dari pemerintah memiliki pengikut yang lebih terlibat dibandingkan dengan komunikasi politik lainnya.³

Pada jurnal penelitian ketiga mengambil dari Universitas Sebelas Maret, ditulis oleh Nur Ayu Ainunnisa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dengan Judul Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Literasi Sastra Pada Kalangan Difabel Netra. Dalam jurnal tersebut, dibahas mengenai pengetahuan tentang proses komunikasi, teknik komunikasi, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat proses komunikasi pada masyarakat buta huruf untuk meningkatkan literasi tunanetra.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Perubahan Sikap Carl L. Hovland dan Pendekatan Humanistik DeVito. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Sementara itu, sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi di mana pengelola dan relawan komunitas Difalitera menyampaikan pesan dengan pendekatan personal.⁴

³ Yohanes Thianika Budiarsa dan Andreas Pandiangan, "Komunikasi Politik di Masa Pandemi: Analisis Isi Unggahan Instagram mengenai Program Pengendalian Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 26, no. 2 (30 Desember 2022): 1, <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4865>.

⁴ Nur Ayu Ainunnisa, "Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Literasi Sastra Pada Kalangan Difabel Netra (Studi Kasus Komunikasi Persuasif Komunitas Difalitera dalam

Dari tiga penelitian terdahulu yang sudah disebut diatas, masing-masing memiliki ciri tersendiri karena penelitian yang dilakukan berbeda namun saling bersangkutan dalam bidang komunikasi politik dan persuasif. Dalam penelitian ini, peneliti juga memanfaatkan teori perubahan sikap oleh Carl Hovland dan teori pendekatan humanistik oleh DeVito. Meskipun berbeda tema dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk memahami proses komunikasi, teknik komunikasi, serta faktor pendukung dan penghambat dalam proses komunikasi politik PPS dalam mengedukasi masyarakat mengenai pemilu 2024.

Terkait dengan teori perubahan sikap, Carl L. Hovland dikenal dengan pendekatannya dalam mempelajari komunikasi persuasif dan efeknya terhadap sikap seseorang. Hovland mengembangkan teori komunikasi persuasif yang dikenal sebagai "Model Hovland" atau "Model Yale" pada tahun 1953.

METODE PENELITIAN

Studi ini memakai metode penelitian kualitatif melalui pendekatan analitik dan wawancara. Maksud dari studi ini adalah untuk memahami tahap-tahap komunikasi, strategi komunikasi, serta faktor-faktor yang mempengaruhi kelancaran dan kesulitan dalam komunikasi politik PPS dalam mengedukasi masyarakat tentang Pemilihan Umum 2024.

Peneliti mewawancarai salah satu petugas PPS Desa Gedangsewu dan menganalisis bagaimana efek masyarakat yang ditimbulkan setelah menerima informasi dari PPS. Terkait dengan teori perubahan sikap, Carl L. Hovland dikenal dengan pendekatannya dalam mempelajari komunikasi persuasif dan efeknya terhadap sikap seseorang. Hovland mengembangkan teori komunikasi persuasif yang dikenal sebagai "Model Hovland" atau "Model Yale" pada tahun 1953.⁵

Menurut Hovland, perubahan sikap terjadi melalui tiga faktor utama: komunikator, pesan, dan penerima pesan. Hovland mengemukakan bahwa

Meningkatkan Literasi Sastra pada Kalangan Difabel Netra),” *Universitas Sebelas Maret Surakarta*, 2020, 2, <http://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0216071.pdf>.

⁵ “Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Literasi Sastra Pada Kalangan Difabel Netra (Studi Kasus Komunikasi Persuasif Komunitas Difalitera dalam Meningkatkan Literasi Sastra pada Kalangan Difabel Netra).”

efektivitas sebuah pesan persuasif tergantung pada karakteristik dari ketiga faktor tersebut. *Pertama* Komunikator, Hovland menekankan pentingnya kredibilitas komunikator dalam mempengaruhi perubahan sikap.

Kredibilitas komunikator dapat dipengaruhi oleh keahlian, pengetahuan, dan sumber daya yang dimilikinya. Jika komunikator dianggap berkompoten dan dapat dipercaya, pesan persuasifnya akan lebih mungkin diterima dan mempengaruhi perubahan sikap. *Kedua* pesan, Hovland menyoroti bahwa isi pesan persuasif harus disusun dengan baik untuk mencapai efek yang diinginkan.

Pesan yang kuat, logis, relevan, dan memperhatikan audiens yang dituju cenderung lebih berhasil dalam mempengaruhi perubahan sikap penerima pesan, Hovland menekankan bahwa karakteristik penerima pesan, seperti kepercayaan, sikap awal, dan motivasi, akan mempengaruhi cara pesan persuasif diterima.

Penerima yang memiliki sikap awal yang kuat mungkin memerlukan argumentasi yang lebih kuat untuk mengubah sikapnya. Selain itu, faktor seperti motivasi dan minat juga berperan dalam menerima dan memproses pesan persuasif.⁶

Pendekatan humanistik yang dikemukakan oleh DeVito dalam konteks komunikasi interpersonal lebih menekankan pada hubungan antarpribadi dan pengaruhnya terhadap perubahan sikap. Menurut DeVito, pendekatan humanistik dalam komunikasi melibatkan empat prinsip utama: *Pertama* penerimaan, prinsip ini menekankan pentingnya menerima dan menghormati pribadi dan pengalaman orang lain dalam komunikasi. Dalam konteks perubahan sikap, pendekatan humanistik menekankan pada pengertian dan penghargaan terhadap sudut pandang penerima pesan.

Kedua Empati, Prinsip ini melibatkan kemampuan untuk memahami dan merasakan situasi dan emosi orang lain. Dalam konteks perubahan sikap, kemampuan untuk merasakan dan memahami perspektif penerima pesan dapat

⁶ M Aulia Akbar dkk., “Analisis Struktur Jaringan Komunikasi #Seagames2022 Di Twitter Menggunakan Pendekatan Social Network Analysis (Sna),” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 26, no. 1 (29 Desember 2022): 1–16, <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4780>.

membantu membangun hubungan yang kuat dan mempengaruhi sikap mereka. *Ketiga* kesamaan, Prinsip ini mencakup upaya untuk menemukan kesamaan atau persamaan antara diri sendiri dan penerima pesan.

Dalam komunikasi persuasif, mencari kesamaan atau titik temu dapat mempengaruhi penerima pesan untuk lebih terbuka terhadap perubahan sikap. *Keempat* autentisitas, Prinsip ini menggarisbawahi pentingnya kesungguhan dan kejujuran dalam komunikasi. Dalam konteks perubahan sikap, penerima pesan cenderung lebih responsif terhadap komunikator yang terlihat tulus dan meyakinkan. Pendekatan humanistik DeVito mengarahkan perhatian pada pentingnya hubungan interpersonal yang positif, empati, dan saling pengertian dalam mempengaruhi perubahan sikap.⁷

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami cara dalam proses komunikasi politik PPS dalam menyosialisasikan pemilu 2024, termasuk teknik komunikasi yang digunakan serta faktor-faktor yang mendukung atau menghambat proses tersebut. Dengan data yang didapat jumlah penduduk Desa Gedangsewu sejumlah 18.836 jiwa terdiri dari 9.477 laki-laki dan 9.359 perempuan pertahun 2021.⁸

Uraian	Jumlah		Jumlah	Satuan
	L	P		
Jumlah Penduduk	9.477	9.359	18.836	jiwa
Jumlah Keluarga	4.924	1.498	6.422	KK

⁷ “komunikasi persuasif_jurnal.pdf,” t.t.

⁸ Universitas STEKOM Pusat, “Ensiklopedia Dunia Gedangsewu, Pare, Kediri,” *Ensiklopedia Dunia* (blog), 2021, https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Gedangsewu,_Pare,_Kediri.

Devinisi Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah proses pertukaran informasi, gagasan, dan pesan antara aktor politik, termasuk partai politik, kandidat, pemimpin politik, pemerintah, media massa, dan masyarakat umum.⁹ Tujuan komunikasi politik adalah untuk mempengaruhi opini publik, memperoleh dukungan politik, membangun citra publik, dan memengaruhi keputusan politik. Komunikasi politik melibatkan penggunaan berbagai saluran komunikasi, seperti pidato, debat, iklan politik, publikasi media, media sosial, dan pertemuan langsung dengan pemilih.

Melalui komunikasi politik, aktor politik berusaha untuk mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap isu-isu politik, menciptakan kesadaran tentang agenda politik mereka, dan memperoleh dukungan untuk tujuan politik mereka. Komunikasi politik juga melibatkan strategi komunikasi yang mencakup pembuatan pesan yang efektif, penargetan audiens yang tepat, pemilihan saluran komunikasi yang relevan, dan penggunaan teknik persuasif untuk mempengaruhi opini publik. Para aktor politik juga dapat menggunakan riset pasar, survei, dan analisis data untuk memahami kebutuhan dan preferensi pemilih serta menginformasikan strategi komunikasi mereka.¹⁰

Selain itu, komunikasi politik juga terkait dengan pembentukan citra publik. Para aktor politik berusaha membangun citra yang positif di mata publik melalui komunikasi yang terencana dan terkoordinasi. Citra ini dapat berpengaruh pada persepsi masyarakat tentang kebijakan, kepemimpinan, integritas, dan kompetensi aktor politik. Dalam era digital dan media sosial, komunikasi politik juga melibatkan penggunaan platform online untuk berinteraksi dengan pemilih dan memengaruhi opini publik. Media sosial memungkinkan aktor politik untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih, mempromosikan diri, menggalang dukungan, dan merespons isu-isu politik secara real-time. Secara keseluruhan,

⁹ Redy Hendra Gunawan, "Saluran Komunikasi Politik dalam Pembangunan Demokrasi pada Pemilu Legislatif DPR-RI di Kota Bogor 2019," *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 18, no. 02 (22 Juli 2020): 141–51, <https://doi.org/10.46937/18202031350>.

¹⁰ Fitria Barokah dkk., "Disrupsi Politik: Peluang dan Tantangan Partai Politik Baru Jelang Pemilu 2024," *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan* 21, no. 1 (30 Juni 2022): 1–13, <https://doi.org/10.35967/njip.v21i1.273>.

komunikasi politik merupakan aspek penting dalam proses politik yang melibatkan pertukaran informasi dan pengaruh antara aktor politik dan masyarakat.¹¹

Dampak Komunikasi Politik PPS dalam Mensosialisasikan Pemilu 2024

Komunikasi politik secara signifikan mempengaruhi proses politik dan masyarakat secara keseluruhan. Berikut beberapa kemungkinan dampak komunikasi politik PPS terhadap sosialisasi pemilu 2024: *Pertama*, dampak terhadap opini publik: komunikasi politik berperan penting dalam membentuk dan mempengaruhi opini publik. Pesan yang disampaikan oleh politisi dan partai dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat bereaksi terhadap isu politik dan keputusan politik. Komunikasi yang efektif dapat membantu memenangkan dukungan dan mendapatkan kepercayaan publik.

PPS Desa Gedangsewu mengandalkan Kepala Desa Gedangsewu yang berbicara kepada masyarakat dengan memanggil petugas Pantarlih ke Balai Kota Gedangsewu yang memerintahkan petugas Pantarlih untuk menyebarkan informasi tentang Pilkada 2024 kepada warga yang diberi kursi Pantarlih. *papan ketik Kedua*, pembentukan citra dan identitas politik: komunikasi politik juga mempengaruhi pembentukan citra dan identitas politik seseorang atau partai politik. Pesan yang disampaikan, gaya bicara dan perilaku politisi dapat membantu membentuk persepsi publik terhadap mereka. Citra dan identitas politik yang positif dapat meningkatkan elektabilitas dan memperoleh dukungan publik.¹²

Ketiga, pengaruh dalam proses pemilihan: Komunikasi politik berperan penting dalam proses pemilihan umum. Pesan kampanye, iklan politik, dan debat kandidat adalah beberapa bentuk komunikasi politik yang dapat mempengaruhi pemilih dan memengaruhi hasil pemilihan. Komunikasi yang efektif dapat membantu memenangkan suara pemilih dan meraih jabatan politik. Dari sini petugas pantarlih diberikan arahan oleh PPS agar lebih tepat sasaran. PPS

¹¹ Nurul Hasfi, "Komunikasi Politik Di Era Digital," *Politika: Jurnal Ilmu Politik* 10, no. 1 (30 April 2019): 93, <https://doi.org/10.14710/politika.10.1.2019.93-111>.

¹² Syaifa Tania dan Harry Cahyono, "Praktik Social Media Pandemic Communication Model pada Media Sosial Lembaga Pemerintah," *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 19, no. 1 (15 Juni 2022): 1–18, <https://doi.org/10.24002/jik.v19i1.3861>.

mengarahkan pantarlih agar mengunjungi tokoh masyarakat seperti kiyai, sesepuh desa ataupun bisa RT atau RW di domisili petugas pantarlih masing-masing, agar petugas lebih mudah dalam mensosialisasikan pemilu 2024.

Keempat, Transparansi dan akuntabilitas: Komunikasi politik juga berperan dalam menjaga transparansi dan akuntabilitas dalam sistem politik. Komunikasi yang terbuka dan jujur dari pemerintah dan politisi dapat membantu membangun kepercayaan publik dan memastikan bahwa keputusan politik dibuat dengan pertimbangan yang tepat. *Kelima*, Konflik politik: Komunikasi politik yang buruk atau manipulatif dapat menyebabkan konflik politik. Penggunaan retorika yang agresif, penyebaran informasi palsu, atau pengucilan politik dapat memperburuk perpecahan di masyarakat dan mempengaruhi stabilitas politik. Sejauh ini peneliti memantau politik di Desa Gedangsewu tidak ada konflik yang menyebabkan perpecahan masyarakat.

Keenam, Partisipasi politik: Komunikasi politik yang efektif dapat mendorong partisipasi politik dari masyarakat. Selain turun langsung ke masyarakat dengan menggunakan petugas pantarlih, PPS juga mengirimkan beberapa video bertemakan sosialisasi pemilu 2024 yang ditujukan pada masyarakat Desa Gedangsewu. Video tersebut dibagikan ke petugas pantarlih yang dimaksudkan agar video sosialisasi pemilu tersebut di sebarluaskan ke masyarakat Desa Gedangsewu. Ketika pesan politik disampaikan dengan jelas dan persuasif, masyarakat cenderung lebih tertarik untuk terlibat dalam diskusi politik, memilih, atau bahkan terlibat dalam aktivitas politik lainnya.¹³

Dalam kesimpulannya, komunikasi politik memiliki dampak yang luas dan signifikan dalam politik dan masyarakat. Dengan menggunakan komunikasi politik yang efektif, politisi dan partai politik dapat mempengaruhi opini publik, membangun citra dan identitas politik, memengaruhi hasil pemilihan, menjaga transparansi dan akuntabilitas, serta mendorong partisipasi politik yang lebih besar. Namun, komunikasi politik yang buruk dapat menyebabkan konflik politik

¹³ Raden Mas Jerry Indrawan, "Dampak Komunikasi Politik Dan Opini Publik Terhadap Perilaku Masyarakat" 16, no. 2 (2017).

dan merusak stabilitas politik. Dalam mensosialisasikan Pemilu 2024 kepada masyarakat Desa Gedangsewu, PPS menggunakan cara persuasif melalui ajakan langsung melalui petugas pantarlih yang turun langsung ke lapangan.

Factor Pendukung dan Penghambat PPS dalam Mensosialisasikan Pemilu 2024

Faktor pendukung dan penghambat dalam komunikasi politik di pedesaan dapat bervariasi tergantung pada konteks, budaya, dan kondisi setempat.¹⁴ Faktor pendukung: *Pertama*, keterlibatan masyarakat: Di daerah pedesaan, orang sering memiliki hubungan yang lebih dekat dan saling mengenal. Hal ini dapat memfasilitasi komunikasi politik yang lebih langsung dan pribadi antara pemimpin politik dan penduduk desa.

Masyarakat Desa Geangsewu tetap mengutamakan tokoh masyarakat dalam hal kepemimpinan atau pengambilan keputusan. Seperti kiyai, kepala desa, RT atau RW. *Kedua*, struktur sosial modern: dalam beberapa kasus, struktur sosial berdasarkan hubungan keluarga atau kekerabatan di pedesaan dapat memungkinkan komunikasi politik yang lebih efektif. Kelompok sosial seperti keluarga, tetangga atau lembaga adat dapat menjadi wadah untuk berbagi informasi dan membentuk opini politik.

Ketiga, media sosial dan teknologi: meskipun infrastruktur teknis mungkin tidak sebaik di perkotaan, penggunaan media sosial dan teknologi informasi dapat membantu mempercepat dan memperluas komunikasi politik di pedesaan. Misalnya, pesan dan informasi politik dapat disebarluaskan melalui aplikasi perpesanan atau media sosial seperti WhatsApp atau Facebook. Selain itu, PPS Desa Gedangsewu akan memanfaatkan media sosial dengan medsos untuk berkomunikasi untuk Pilkada 2024. Selain WhatsApp dan Facebook, PPS Desa Gedangsewu juga telah membuat akun Instagram khusus untuk berkomunikasi dan mensukseskan pilkada.

¹⁴ H. Iwata dkk., "The Use of Photocrosslinkable Polyvinyl Alcohol in the Immunoisolation of Pancreatic Islets," *Transplantation Proceedings* 22, no. 2 (April 1990): 797–99.

Faktor Penghambat: *Pertama*, tingkat Pendidikan: Tingkat pendidikan yang rendah di beberapa daerah pedesaan dapat menjadi hambatan dalam memahami dan berpartisipasi dalam komunikasi politik. Ketidakmampuan membaca dan menulis atau kurangnya pemahaman tentang isu-isu politik dapat membatasi partisipasi aktif masyarakat dalam diskusi politik. Sebenarnya pada Desa Gedangsewu ini tingkat Pendidikan masyarakatnya cukup baik dari mulai generasi milenial sampai generasi alpha.¹⁵

Namun kelemahannya untuk orang tua yang sulit dalam menerima informasi terkait sosialisasi pemilu 2024. *Kedua*, budaya dan Tradisi: Beberapa desa memiliki struktur budaya atau tradisi yang kuat yang mungkin menghambat komunikasi politik yang terbuka. Misalnya, hierarki sosial yang kuat atau kepatuhan yang sangat terhadap pemimpin lokal dapat membatasi kebebasan berbicara dan menyuarakan pendapat politik yang berbeda.¹⁶ *Ketiga*, kurang kreatif: hal tersebut bersangkutan dengan akun media sosial yang digunakan untuk mensosialisaikan pemilu.

Wajar pengikut dalam akun media sosial terutama Instagram PPS Desa Gedangsewu sangatlah sedikit yaitu 71 pengikut, 25 mengikuti dan 26 postingan. Dari sini kurangnya bahan sebagai konten untuk lebih menarik masyarakat Desa Gedangsewu dalam memantau perkembangan pemilu 2024. Penting untuk memahami bahwa faktor-faktor pendukung dan penghambat ini bisa saling berhubungan dan dapat bervariasi dalam setiap konteks desa. Oleh karena itu, pendekatan yang holistik dan adaptif diperlukan dalam merancang strategi komunikasi politik yang efektif di pedesaan.¹⁷

PENUTUP

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam proses mensosialisasikan pemilu kepada masyarakat Desa Gedangsewu, PPS

¹⁵ “Generasi Z dan Milenial Dominasi Jumlah penduduk Indonesia.”

¹⁶ Indrawan, “Dampak Komunikasi Politik Dan Opini Publik Terhadap Perilaku Masyarakat.”

¹⁷ Jerry Ware dan Steven R. Post, “Platelets: Balancing the Septic Triad,” *Blood* 124, no. 25 (11 Desember 2014): 3670–72, <https://doi.org/10.1182/blood-2014-10-606640>.

menggunakan teori persuasif, yaitu perubahan sikap, penerima pesan cenderung lebih responsif terhadap komunikator yang terlihat tulus dan meyakinkan. Pendekatan humanistik DeVito mengarahkan perhatian pada pentingnya hubungan interpersonal yang positif, empati, dan saling pengertian dalam mempengaruhi perubahan sikap. Dengan pendekatan tersebut PPS menggunakan media atau perantara untuk mensosialisasikan pemilu 2024. Perantara yang digunakan PPS ialah petugas Pantarlih yang langsung terjun lapangan untuk mensosialisasikan pemilu sekaligus menjalankan tugas wajib yaitu mendata calon pemilih. Cara yang digunakan pantarlih ialah dengan mendatangi rumah-rumah warga yang lokasinya sudah ditentukan oleh PPS. Tidak hanya menggunakan perantara petugas pantarlih, PPS juga menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram sebagai media mensosialisasikan pemilu. Faktor yang mendukung dalam hal tersebut antara lain keterlibatan masyarakat, struktur sosial yang kekinian, dan juga didukung oleh peran media sosial dan teknologi. Adapun faktor penghambat antara lain tingkat pendidikan, budaya dan tradisi, dan kurangnya kreatifitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M Aulia, Masniarara Aziza Balfas Amril, Raiza Syahira, Fahrein Rachel Latisha, dan Noor Jihan. "Analisis Struktur Jaringan Komunikasi #Seagames2022 Di Twitter Menggunakan Pendekatan Social Network Analysis (Sna)." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 26, no. 1 (29 Desember 2022): 1–16. <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4780>.
- Barokah, Fitria, Tabah Maryanah, Ari Darmastuti, dan Hertanto Hertanto. "Disrupsi Politik: Peluang dan Tantangan Partai Politik Baru Jelang Pemilu 2024." *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan* 21, no. 1 (30 Juni 2022): 1–13. <https://doi.org/10.35967/njip.v21i1.273>.
- Basit, Abdul, Eko Purwanto, Agus Kristian, Dewi Intan Pratiwi, Krismira, Intan Mardiana, dan Gusri Weni Saputri. "Teknologi Komunikasi Smartphone Pada Interaksi Sosial." *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (16 Juni 2022): 1–12. <https://doi.org/10.30656/lontar.v10i1.3254>.

Budiarsa, Yohanes Thianika, dan Andreas Pandiangan. “Komunikasi Politik di Masa Pandemi: Analisis Isi Unggahan Instagram mengenai Program Pengendalian Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi.” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 26, no. 2 (30 Desember 2022): 123–38. <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4865>.

Hasfi, Nurul. “Komunikasi Politik Di Era Digital.” *Politika: Jurnal Ilmu Politik* 10, no. 1 (30 April 2019): 93. <https://doi.org/10.14710/politika.10.1.2019.93-111>.

Indrawan, Raden Mas Jerry. “Dampak Komunikasi Politik Dan Opini Publik Terhadap Perilaku Masyarakat” 16, no. 2 (2017).

Iwata, H., H. Amemiya, R. Hayashi, S. Fujii, dan T. Akutsu. “The Use of Photocrosslinkable Polyvinyl Alcohol in the Immunoisolation of Pancreatic Islets.” *Transplantation Proceedings* 22, no. 2 (April 1990): 797–99.

“komunikasi persuasif_jurnal.pdf,” t.t.

Muhammad Idris. “Generasi Z dan Milenial Dominasi Jumlah penduduk Indonesia.” *KOMPAS.com* (blog), 22 Januari 2021. <https://money.kompas.com/read/2021/01/22/145001126/generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-indonesia#>.

Nur Ayu Ainunnisa. “Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Literasi Sastra Pada Kalangan Difabel Netra (Studi Kasus Komunikasi Persuasif Komunitas Difalitera dalam Meningkatkan Literasi Sastra pada Kalangan Difabel Netra).” *Universitas Sebelas Maret Surakarta*, 2020. <http://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0216071.pdf>.

Redy Hendra Gunawan. “Saluran Komunikasi Politik dalam Pembangunan Demokrasi pada Pemilu Legislatif DPR-RI di Kota Bogor 2019.” *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 18, no. 02 (22 Juli 2020): 141–51. <https://doi.org/10.46937/18202031350>.

Komunikasi Politik pada PPS di Desa... (Ellyda dan Khoiriyah) 200

Tania, Syaifa, dan Harry Cahyono. "Praktik Social Media Pandemic Communication Model pada Media Sosial Lembaga Pemerintah." *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 19, no. 1 (15 Juni 2022): 1–18. <https://doi.org/10.24002/jik.v19i1.3861>.

Universitas STEKOM Pusat. "Ensiklopedia Dunia Gedangsewu, Pare, Kediri." *Ensiklopedia Dunia* (blog), 2021. https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Gedangsewu,_Pare,_Kediri.

Ware, Jerry, dan Steven R. Post. "Platelets: Balancing the Septic Triad." *Blood* 124, no. 25 (11 Desember 2014): 3670–72. <https://doi.org/10.1182/blood-2014-10-606640>.