

Strategi Komunikasi Politik KPU Kabupaten Banyumas Meningkatkan Peran Sosialisasi Tahapan Pemilihan Umum Tahun 2024

Alfian Muhazir¹, Adita Miranti², Kania Sayidatina³

Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Amikom Purwokerto

alfian.muhazir@amikompurwokerto.ac.id

ABSTRAK

Komisi Pemilihan Umum atau KPU merupakan lembaga negara yang mengatur pelaksanaan proses demokrasi berupa Pemilihan Umum/Pemilu. Terdiri dari KPU Pusat, Provinsi dan Kabupaten/Kota. Fungsi paling utama lembaga ini adalah menjalankan komunikasi politik berupa mensosialisasikan tahapan Pemilihan Umum/Pemilu. Hal ini juga yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas dalam mensosialisasikan tahapan Pemilu. Pendidikan komunikasi politik menjadi strategi yang dilakukan untuk menjalankan proses sosialisasi tahapan Pemilu kepada masyarakat agar masyarakat menggunakan hak pilihnya dengan baik dan benar. Tahapan yang dijalankan KPU Kabupaten Banyumas antara lain (1) Proses komunikasi politik, (2) Perencanaan komunikasi politik, (3) Pesan komunikasi politik, (4) Media komunikasi politik, dan (5) Partisipasi Masyarakat. Penelitian ini menggunakan konsep studi kasus, data penelitian dikumpulkan dari berbagai sumber. Proses komunikasi politik dijalankan dengan pendekatan komunikatif persuasif dan perencanaan komunikasi politik dijalankan dengan distribusi pesan yang baik dan mendidik berdasarkan perencanaan yang telah dibuat sesuai dengan mekanisme kerja yang baku. Sementara media yang digunakan dalam melakukan komunikasi politik seperti media sosial website dan Instagram. Tingkat partisipasi masyarakat yang meningkat dapat diharapkan untuk pendidikan politik dasar secara baik dan benar.

Kata-kata Kunci: Strategi komunikasi politik, Proses komunikasi politik, Perencanaan, Sosialisasi

The Banyumas Regency KPU Political Communication Strategy Increases the Role of Socializing the 2024 General Election Stages

ABSTRACT

The General Election Commission or KPU is a state institution that regulates the implementation of the democratic process in the form of general elections. Consists of Central, Provincial and Regency/City KPUs. The most important function of this institution is to carry out political communication in the form of socializing the stages of the General Election Commission of Banyumas Regency in socializing the stages of the Election. Political communication education is a strategy carried out to carry out the process of socializing the stages of the Election to the public so that people exercise their right to vote properly and correctly. The stages carried out by the Banyumas Regency KPU include (1) Political communication processes, (2) Political communication planning, (3) Political communication messages, (4) Political communication media, and (5) Community participation. This study uses the concept of a case study, research data collected from various sources. The political communication process is carried out using a persuasive communicative approach and political communication planning is carried out by distributing good and educational messages based on plans that have been made according to a standard working mechanism. While the media used in political communication are social media such as websites and Instagram. An increased level of public participation can be expected for good and correct basic political education.

Keywords: word Political communication strategy, Political communication process, Planning, Outreach

Published: Maret 2023

ISSN: 2622-5476 (cetak), ISSN: 2655-6405 (online) Website: <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma>

PENDAHULUAN

Komisi Pemilihan Umum adalah lembaga negara yang menyelenggarakan Pemilihan Umum di Indonesia. Dalam undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu diatur mengenai KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota sebagai lembaga penyelenggara pemilihan umum yang permanen dan Bawaslu sebagai lembaga pengawas Pemilu. KPU dalam menjalankan tugasnya bertanggung jawab sesuai dengan peraturan perundang-undangan serta dalam hal penyelenggaraan seluruh tahapan pemilihan umum dan tugas lainnya. KPU memberikan laporan Presiden kepada Dewan Perwakilan Rakyat.

Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu juga mengatur kedudukan panitia pemilihan yang meliputi PPK, PPS, KPPS dan PPLN serta KPPSLN yang merupakan penyelenggara Pemilihan Umum yang bersifat independent. Panitia tersebut mempunyai peranan penting dalam pelaksanaan semua tahapan penyelenggaraan Pemilihan Umum dalam rangka mengawal terwujudnya Pemilihan Umum secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.

Peningkatan peran dan fungsi Komisi Pemilihan Umum tentunya sangat dibutuhkan guna mendorong peran partisipasi masyarakat dalam dunia politik dan untuk meningkatkan citra yang (Pureklolon, 2018). Tingkat partisipasi masyarakat untuk sadar akan pendidikan politik sangat diperlukan sekali agar terjadi kesadaran di lingkup masyarakat tentang Pemilihan Umum itu sangat penting sekali. Ini juga menjadi permasalahan yang

dirasakan oleh Komisi Pemilihan Umum mulai dari tingkat Nasional sampai tingkat yang paling bawah yaitu tingkat desa. Komisi Pemilihan Umum ditingkat Kabupaten/Kota juga sangat berperan penting sekali dalam ranah distribusi pesan tentang pendidikan politik yaitu pemilihan umum.

Sinergi antara Komisi Pemilihan Umum Pusat sampai di tingkat paling bawah harus sejalan dan saling beriringan satu sama lain (Fanaqi, 2018). Hal ini sebagaimana yang terjadi di Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. Peran Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas harus selalu bersinergi dengan Komisi Pemilihan Umum Pusat untuk pengaturan strategi komunikasi politik apa yang akan dijalankan agar partisipasi masyarakat dapat meningkat untuk kesadaran berpolitik dan mengikuti Pemilihan Umum nantinya.

Pengaturan strategi komunikasi politik dengan menerapkan program sosialisasi yang terarah akan sangat berguna sekali dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Partisipasi masyarakat dalam politik juga seringkali dimengerti dalam ruang yang terbatas, padahal Komisi Pemilihan Umum terutama yang berada di level Kabupaten/Kota dan sampai tingkat paling bawah yaitu Desa memiliki peranan yang sangat besar untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam berbagai bentuk. Kondisi ini memperlihatkan bahwa komunikasi politik bagi masyarakat bawah hanya sebatas pemilu dan pilkada. Interaksi dan komunikasi politik yang dilakukan masyarakat dengan anggota legislatif dan calon anggota legislatif hanya sebatas pemanfaatan saja. Selebihnya, masyarakat

mengingatkan bahwa ruang yang lebih besar Pemilu nantinya akan semakin terbentuk dan terbuka.

Komunikasi politik menurut (McQuail, 1992) sebagai *purposeful communication about politics*, yang mencakup: (a) seluruh bentuk komunikasi yang dilakukan politisi dan aktor politik yang lain (selain politisi) dengan tujuan mencapai suatu tujuan tertentu; (b) komunikasi yang mengarah pada aktor-aktor diluar politisi seperti konstituen atau kolumnis surat kabar; serta (c) komunikasi tentang aktor dan aktivitasnya seperti yang terdapat pada laporan berita, editorial, dan diskusi lain mengenai politik di media. Aktivitas komunikasi politik ini terjadi dalam lingkup politik yang melingkupi berbagai hal, seperti; berkenaan dengan realitas objektif sebuah politik dengan membandingkan kejadian-kejadian politik yang sedang berlangsung, realitas subjektif politik sebagaimana yang ditafsirkan oleh aktor dan masyarakat, dan konstruksi sosial realitas politik yang dilakukan oleh media.

Sementara itu tugas pokok dari Komisi Pemilihan Umum Pusat, Provinsi, Kabupaten/Kota sebagaimana diatur dalam Pasal 12 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, sesuai yang tertuang di website kpu.go.id yaitu: (1) merencanakan program dan anggaran serta menetapkan jadwal, (2) menyusun tata kerja KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, PPK, PPS, KPPS, PPSLN, dan KPPSLN, (3) menyusun Peraturan KPU untuk setiap tahapan Pemilu, (4) mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, dan memantau semua tahapan Pemilu, (5) menerima daftar Pemilih dari KPU

Provinsi, (6) memutakhirkan data Pemilih berdasarkan data Pemilu terakhir dengan memperhatikan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh Pemerintah dan menetapkan sebagai daftar Pemilih, (7) membuat berita acara dan sertifikat rekapitulasi hasil penghitungan suara serta wajib menyerahkannya kepada saksi Peserta Pemilu dan Bawaslu, (8) mengumumkan calon anggota DPR, calon anggota DPD, dan Pasangan Calon terpilih serta membuat berita acaranya, (9) menindaklanjuti dengan segera putusan Bawaslu atas temuan dan laporan adanya dugaan pelanggaran atau sengketa Pemilu, (10) menyosialisasikan Penyelenggaraan Pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kepada masyarakat, (11) melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan Penyelenggaraan Pemilu, (12) melaksanakan tugas lain dalam Penyelenggaraan Pemilu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Mengingat peran dan fungsi Komisi Pemilihan Umum ini sangat penting, maka komunikasi politik sebagai lembaga terhadap masyarakat tidak dapat dipisahkan. Peran dan fungsi adalah untuk menjembatani partisipasi masyarakat dalam bentuk sebuah lembaga pemerintah. (Inco Hary Perdana, 2012). Strategi komunikasi politik harus disiapkan dengan baik agar partisipasi dan kesadaran masyarakat meningkat. Tujuannya adalah tidak lain untuk meningkatkan pendidikan politik masyarakat supaya masyarakat sadar akan politik yang baik dan tingkat partisipasi masyarakat meningkat di pemilihan umum.

Penelitian ini mengkaji 5 pokok persoalan dalam identifikasi masalah, yang sesuai dengan konsep Komunikasi Politik Dan Nimmo antara lain (1) Proses Komunikasi Politik, (2) Perencanaan Komunikasi Politik, (3) Pesan Komunikasi Politik, (4) Media Komunikasi Politik, dan (5) Partisipasi Masyarakat dalam melaksanakan Pemilihan Umum di Indonesia.

METODOLOGI

Penelitian ini bermaksud untuk memaparkan bagaimana komunikasi politik yang dijalankan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas dalam meningkatkan peran sosialisasi agar tingkat partisipasi masyarakat mulai dari proses perencanaan, pengelolaan pesan komunikasi politik, hingga pemilihan media komunikasi politik yang digunakan. Dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tulisan ini bermaksud menyajikan pokok persoalan dari berbagai perspektif sumber.

Creswell (2013) menjelaskan bahwa secara umum pengertian studi kasus adalah penelitian yang menempatkan sesuatu atau objek yang diteliti sebagai sebuah kasus. Suatu objek dapat diangkat sebagai kasus apabila objek tersebut dapat dipandang sebagai suatu sistem yang dibatasi yang terikat dengan waktu dan tempat kejadian objek. Mengacu pada kriteria tersebut, beberapa objek yang dapat diangkat sebagai kasus dalam penelitian studi kasus adalah kejadian atau peristiwa, situasi, proses, program dan kegiatan. Sementara itu (Robert. K. Yin, 2011) mengemukakan bahwa studi kasus adalah sebuah metode penelitian yang secara khusus menyelidiki fenomena dan

konteksnya belum jelas, dengan menggunakan berbagai sumber data. Dengan menggunakan metode studi kasus ini, peneliti bisa langsung berinteraksi dengan narasumber yaitu ketua dan beberapa anggota dari KPU Kabupaten Banyumas dalam menjalankan kegiatan sosialisasi program.

Yin juga menjelaskan mengenai persoalan ruang dan waktu dalam mendefinisikan kasus. Kasus yang baik dipandang kasus kontemporer, yakni peristiwa yang sedang berlangsung atau telah berlangsung tetapi masih menyisakan dampak dan pengaruh yang luas, terutama pada saat penelitian dilakukan. Subyek penelitian dijadikan sebagai instrument dalam menentukan batasan yang disebut terikat ruang dan waktu. Jadi peristiwa yang berdampak luas tidak selalu dikategorikan sebagai kasus, namun jika berdampak itu berlangsung dan dampaknya masih terasa sampai subyek peneliti melakukan penelitian maka itu menjadi kasus yang baik.

Informan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *purposive sampling*, berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dipertimbangkan dan sebagaimana menurut (Kriyantono, R., & Rakhmat, 2012). Kriteria informan dipertimbangkan agar dapat mendukung tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini tidak lain menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang sudah disampaikan pada bagian sebelumnya.

Analisis dalam tulisan ini dibangun melalui pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” yang dikumpulkan melalui pengumpulan wawancara dan observasi. Dalam melakukan analisis terhadap perencanaan, pengelolaan, media komunikasi yang dipilih, dan partisipasi masyarakat mengacu pada

teori tertentu, namun lebih mengacu pada konsep-konsep komunikasi politik dan efektivitas (Moleong, Lexy, 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Komunikasi Politik

Komunikasi politik (*political communications*) dapat dipahami menurut berbagai cara. McQuail misalnya, mengatakan bahwa komunikasi politik merupakan “*all processes of information (including facts, opinions, beliefs, etc) transmission, exchange and search engaged in by participants in the course of institutionalized political activities*” (semua proses penyampaian informasi termasuk fakta, pendapat-pendapat, keyakinan-keyakinan dan seterusnya), juga pertukaran dan pencarian tentang itu semua yang dilakukan oleh para partisipan dalam konteks kegiatan politik yang lebih baik bersifat melembaga) (McQuail, 1992). Pandangan demikian memberikan beberapa hal penting yakni bahwa komunikasi politik menandai keberadaan serta aktualisasi dari lembaga-lembaga politik, dan komunikasi politik merupakan fungsi dari sistem politik, dan komunikasi politik berlangsung dalam suatu sistem politik tertentu.

Secara umum komunikasi politik dipandang sebagai proses. Hal demikian membawa konsekuensi bahwa kegiatan komunikasi politik merupakan kegiatan yang terus menerus berlangsung; dalam arti apa yang ada/terjadi sekarang sebenarnya merupakan kelanjutan dari apa yang ada/terjadi sebelumnya dan semua akan disambungkan dengan apa yang ada/terjadi di waktu yang akan datang. Sebagai suatu proses,

komunikasi politik dapat dipahami dengan melibatkan setidaknya lima unsur: (a) pelibat (aktor atau partisipan), (b) pesan, (c) saluran, (d) situasi atau konteks, dan (e) pengaruh atau efek. (Dan Nimmo, 2005).

Aktivitas komunikasi politik yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas pada dasarnya berlangsung dalam sebuah proses politik. Proses politik ini ditandai dengan dua hal: (1) stabilitas politik, yang memungkinkan keberlangsungan penghargaan masyarakat dan penampilan masyarakat pemerintah yang penting bagi proses politik itu sendiri; dan (2) demokrasi, yang memungkinkan partisipasi yang luas dan bermakna dari penduduk dalam menentukan kebijakannya secara umum. (Rodee, 2000).

Keberadaan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas tentu harus dimaksimalkan dalam ruang sosialisasi tentang pemilihan umum tahun 2024 mendatang. Sosialisasi yang dipadukan dengan komunikasi politik terutama tentang kesadaran pendidikan politik sejak dini akan sangat diperlukan. Masyarakat akan memperoleh informasi yang baik berupa kegiatan-kegiatan politik untuk pemberdayaan masyarakat. Salah satunya adalah tentang pembagian Daerah Pemilihan atau Dapil. Pembagian Dapil ini juga harus dibarengi tentang pemahaman geopolitik lokal yang terjadi di daerah Kabupaten Banyumas.

Daerah pemilihan/Dapil (*district*) adalah wilayah kompetisi peserta pemilu yang sebenarnya, sebab di sinilah peserta pemilu berebut suara pemilih untuk diubah menjadi perolehan kursi yang disediakan di wilayah itu. Secara teknis, Dapil merupakan wilayah administrasi

pemerintahan yang dibentuk sebagai kesatuan wilayah /daerah berdasarkan jumlah penduduk untuk menentukan alokasi kursi sebagai dasar pengajuan calon oleh peserta pemilu, dan penetapan calon (Nursal, Adman, 2004). Penyusunan Dapil dan alokasi kursi, KPU Kabupaten memperhatikan prinsip (1) kesetaraan nilai suara; (2) ketaatan pada sistem pemilu yang proporsional; (3) proporsionalitas; (4) integralitas wilayah; (5) berada dalam cakupan wilayah yang sama; (6) kohesivitas; dan (7) kesinambungan.

Prinsip kesetaraan nilai suara merupakan upaya untuk meningkatkan nilai suara atau harga kursi yang setara antara 1 (satu) dapil dan dapil lainnya dengan prinsip 1 (satu) orang – satu suara – satu nilai. Prinsip ketaatan pada sistem pemilu yang proporsional merupakan ketaatan dalam pembentukan dapil dengan mengutamakan jumlah kursi yang besar agar persentase jumlah kursi yang diperoleh setiap partai politik setara mungkin dengan persentase alokasi dengan memperhatikan kursi antar dapil agar tetap terjaga keseimbangan alokasi kursi setiap (Tjenreng, 2020).

Prinsip integralitas memperhatikan beberapa provinsi, beberapa kabupaten/kota, atau kecamatan yang disusun menjadi 1 (satu) dapil untuk daerah perbatasan, dengan tetap memperhatikan keutuhan dan keterpaduan wilayah serta mempertimbangkan kondisi geografis, sarana perhubungan, dan aspek kemudahan (Firmanzah, 2012).

Prinsip berada dalam cakupan wilayah yang sama merupakan penyusunan dapil anggota DPRD Kabupaten/Kota, yang terbentuk dari 1 (satu), beberapa, dan/atau bagian kecamatan yang seluruhnya tercakup dalam suatu dapil anggota

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi. Prinsip kohesivitas merupakan penyusunan dapil dengan memperhatikan sejarah, kondisi sosial budaya, adat istiadat dan kelompok minoritas. Prinsip kesinambungan merupakan penyusunan dapil dengan memperhatikan dapil yang sudah ada pada pemilu tahun sebelumnya, kecuali jika alokasi kursi pada dapil tersebut melebihi batasan maksimal alokasi kursi setiap dapil atau apabila bertentangan dengan prinsip diatas.

Tabel.1 Dapil Kabupaten Banyumas Pemilu 2024

No	Daerah	Wilayah	Jumlah	Tota
.	Pemiliha	Kecamatan	Pendudu	I
	n		k	Kurs
				i
1.	Dapil 1	Purwokerto	73.945	8
		Selatan	53.228	
		Purwokerto	57.418	
		Barat	47.807	
		Purwokerto		
		Timur		
2.	Dapil 2	Purwokerto		10
		Utara		
		Karanglewas	68.024	
		Kembaran	81.818	
		Sumbang	95.253	
		Baturraden	55.293	
3.	Dapil 3	Kedungbanten	63.268	11
		g		
		Kebasen	69.809	
		Kemranjen	75.446	
		Sumpiuh	59.999	
		Tambak	52.327	
		Somagede	39.163	

		Kalibagor	57.963	
		Banyumas	54.843	
4.	Dapil 4	Lumbir	52.460	10
		Wangon	86.181	
		Jatilawang	69.739	
		Rawalo	55.053	
		Patikraja	61.274	
		Purwojati	38.747	
5.	Dapil 5	Ajibarang	106.075	10
		Gumelar	55.436	
		Pekuncen	78.376	
		Cilongok	129.164	

Sumber : Data KPU Kabupaten Banyumas 2023

Perencanaan Komunikasi Politik

Perencanaan komunikasi politik sangat membutuhkan suatu rancangan sistem yang terjadwal dengan baik. Penjadwalan kegiatan-kegiatan yang ada di Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas harus dilaksanakan dengan baik dan tersistematis. Ini bertujuan untuk rencana kegiatan komunikasi politik dapat terserap informasinya dengan baik oleh masyarakat maupun *stakeholder* yang ada terutama dari unsur pemerintah(Burhan Bungin, 2018).

Perencanaan komunikasi politik itu sendiri dilakukan guna menjamin berlangsungnya interaktivitas antara anggota Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas dengan masyarakat Kabupaten Banyumas. Interaktivitas sendiri meliputi lima dimensi yaitu; arah proses komunikasi, fleksibilitas waktu dan peran pertukaran, kesadaran akan lokasi dalam lingkungan komunikasi, level kontrol terhadap lingkungan komunikasi, dan tujuan proses

komunikasi yang tercapai berorientasi pada pertukaran dan persuasi (McQuail, 1992).

Penyampaian perencanaan komunikasi politik, Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas berangkat dari sistem yang baku yang telah menjadi kebiasaan di instansi. Hal ini dilakukan agar anggota KPU Kabupaten dalam merencanakan komunikasi politik mereka tidak sembarangan dengan tetap mengikuti aturan yang berlaku dan melibatkan anggota masyarakat, agar harapan-harapan masyarakat bisa terpenuhi. Proses perencanaan ini terutama dilakukan pada saat KPU Kabupaten Banyumas akan merumuskan Penetapan Daerah Pemilihan untuk Pemilu tahun 2024 besok.

Identifikasi problem dan pesan yang akan menjadi sasaran komunikasi politik, KPU Kabupaten Banyumas melakukan kunjungan kerja ke berbagai daerah dan melakukan diskusi terarah dengan berbagai *stakeholder* yang ada. Diskusi terarah tersebut melibatkan pihak akademisi dan tokoh-tokoh masyarakat di Banyumas dan tidak terkecuali melibatkan Partai Politik yang ada di wilayah Kabupaten Banyumas. Kegiatan lainnya adalah melakukan kunjungan kerja ke daerah-daerah meski masih banyak pandangan negatif dari masyarakat mengenai kegiatan kunjungan kerja (Budiarjo, 2017).

Perencanaan komunikasi politik yang dilakukan KPU Kabupaten Banyumas masih dirasa sangat kaku terutama soal yang bersinggungan dengan masyarakat. Hal ini terlihat dari input yang dilakukan dalam perencanaan masih mengacu pada kegiatan-kegiatan rutin yang mereka lakukan sebagai anggota KPU Kabupaten Banyumas.

Selain kunjungan kerja, bimbingan teknis atau bisa disebut bimtek juga menjadi acuan KPU Kabupaten Banyumas dalam melakukan perencanaan komunikasi politik. Bimbingan teknis yang dilakukan biasanya meliputi; optimalisasi fungsi dan wewenang KPU Kabupaten Banyumas dalam proses penyusunan dan penetapan Dapil Daerah, optimalisasi peran KPU Kabupaten Banyumas dalam perencanaan dan evaluasi kinerja persiapan tahapan Pemilu dan Pilkada, optimalisasi tugas dan tanggung jawab alat kelengkapan KPU Kabupaten Banyumas. Selain itu bimtek juga bisa dilakukan untuk kepentingan penguatan *hard* dan *soft skills* bagi anggota KPU Kabupaten Banyumas, peningkatan kapasitas, peran dan fungsi anggota KPU Kabupaten Banyumas. Semua bimbingan teknis ini dilakukan tergantung kebutuhan anggota KPU Kabupaten Banyumas tersebut.

Perencanaan komunikasi politik juga dilakukan dengan menganalisis dan memantau pemberitaan seputar KPU Kabupaten Banyumas. Beberapa surat kabar dan media dijadikan acuan dengan cara melakukan monitoring terhadap pemberitaan mengenai KPU Kabupaten Banyumas di media massa tersebut. Hasil dari monitoring ini dapat menjadi acuan untuk membentuk perencanaan terutama dalam membangun opini publik yang positif. Jika mereka menemukan berita negatif atau tidak benar, maka perencanaan komunikasi yang dilakukan adalah seputar klarifikasi berita untuk memberikan respon kedepan, sementara jika berita seputar KPU Kabupaten Banyumas itu dianggap positif maka hal tersebut akan dijadikan patokan untuk meningkatkan kinerja mereka sebagai instansi yang

sudah siap dalam tahapan pelaksanaan persiapan Pemilu dan Pilkada.

Sebagai komunikator dalam komunikasi politik, anggota KPU Kabupaten Banyumas sangat dituntut untuk memiliki jangkauan luas tidak hanya sebatas daerah pemilihan mereka saja. Kegiatan komunikasi politik dalam hal ini juga dilakukan melalui pemetaan wilayah komunikasi di Kabupaten Banyumas sehingga semua komunikan (pemilih, konstituen, atau masyarakat) bisa dijangkau secara lebih baik dalam kegiatan-kegiatan komunikasi yang rutin dilakukan anggota KPU Kabupaten terutama dalam kegiatan sosialisasi Pemilu dan Pilkada. Perencanaan lain yang perlu dilakukan juga adalah proses pembentukan isu atau pesan komunikasi politik yang baik, yang menyangkut kepentingan masyarakat Kabupaten Banyumas, hingga bagaimana proses pemilihan saluran media komunikasi politik yang mereka tentukan.

Pesan Komunikasi Politik

Pesan komunikasi politik yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Banyumas sudah menyasar dengan menggunakan peran dari media massa, terutama media sosial. Keterlibatan dari peran media massa terutama media sosial sangatlah penting sekali dan berdampak yang sangat signifikan bagi distribusi pesan komunikasi politik yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Banyumas. Salah satu yang berdampak adalah pendistribusian pesan berupa sosialisasi dalam tahapan pelaksanaan Pemilu dan Pilkada tahun 2024.

Pengelolaan pesan komunikasi politik para anggota KPU Kabupaten pun harus dapat dilakukan guna menanggulangi pesan negatif yang

masuk. Cara mengelola pesan tersebut agar tidak terus menimbulkan polemik yaitu dilakukan dengan cara melakukan kerja nyata yang akan menghasilkan berita yang baik atau berita positif, sehingga pemberitaan negatif yang muncul terhadap KPU Kabupaten secara tidak langsung diklarifikasi melalui pemberitaan akan hasil kerja para anggota dewan. Adapun jika anggota dewan atau bagian tertentu dalam KPU Kabupaten memang terbukti bersalah atau terkait kasus hukum tertentu maka yang bersangkutan akan diserahkan kepada Badan Kehormatan yang akan memproses lebih lanjut tindakan yang akan diberikan kepada anggota KPU Kabupaten tersebut.

Namun, tidak semua pesan dapat dikelola dengan baik oleh KPU Kabupaten Banyumas. Ada hambatan-hambatan yang terjadi, salah satunya adalah keterbatasan anggota DPRD Kota Bandung yang tidak semua dapat langsung menerima aspirasi atau pesan dari masyarakat. Karena apa yang disampaikan dan harus dikerjakan tersebut membutuhkan proses panjang dan banyak aspek yang harus dikerjakan, sehingga diharapkan dalam hal ini masyarakat dapat membantu para anggota dewan dengan cara memberikan saran dan informasi mengenai kebijakan-kebijakan atau aspirasi yang seharusnya diperbaiki dan dibuat guna kepentingan bersama.

Dari pengamatan yang telah dilakukan, terutama melalui media-media di Kabupaten Banyumas, pesan-pesan yang disampaikan KPU Kabupaten Banyumas kepada masyarakat sangat minim. Tidak ada isu politik yang signifikan dilakukan atau disampaikan KPU Kabupaten Banyumas, begitu juga penyampaian pesan

komunikasi politik hanya sampai di kelompok-kelompok tertentu yang memiliki akses terhadap lembaga tersebut.

Meski penyampaian pesan komunikasi politik yang dilakukan KPU Kabupaten Banyumas ini belum berjalan dengan maksimal, namun pesan-pesan informasi yang penting untuk masyarakat ketahui sudah mereka kelola melalui website resmi. Maksimalisasi penyampaian pesan yang dilakukan KPU Kabupaten Banyumas ini meliputi informasi sosialisasi tahapan pemilu, jembatan aspirasi, serta pengelolaan media komunikasi politik.

Keberadaan KPU Kabupaten Banyumas sangat penting dalam komunikasi politik. Dalam kacamata (Nasrullah, 2015) lembaga ini bisa dikategorikan sebagai input bagi sistem komunikasi politik. Menurut Nasrullah beberapa input yang harus ada dalam komunikasi politik diantaranya; (1) manusia yang hidup; (2) sarana komunikasi (isyarat, bahasa verbal, simbol, medium, dsb); (3) subjektivitas/kepentingan manusia (keinginan dan kebutuhan); (4) organisasi sosial (RT, kelurahan, organisasi politik, organisasi massa, dsb); (5) situasi/keadaan-kehidupan-sosial-ekonomi-budaya-keamanan-pertahanan-ideologi.

Pesan komunikasi politik KPU Kabupaten Banyumas berkaitan dengan fungsi sosialisasi tahapan Pemilu dan Pilkada tahun 2024 memang sangat minim di pemberitaan media massa, hal ini sangat berbeda dengan aktivitas pesan di media sosial terutama Instagram. Melalui akun instagram, KPU Kabupaten Banyumas memperlihatkan aktivitas sosialisasi mereka yang sangat beragam seperti rapat badan anggaran, rapat harian, rapat

penentuan Dapil, rapat dengan partai politik, penerimaan tamu kunjungan kerja, rapat kerjasama dengan dinas-dinas terkait persoalan yang sedang dikaji, kegiatan talk show, atau menghadiri acara musyawarah daerah. Pesan komunikasi politik berkaitan dengan fungsi legislatif ini dikemas melalui foto-foto kegiatan dewan dengan penjelasan teks yang ada di bawahnya. Melalui fasilitas Instagram, KPU Kabupaten Banyumas leluasa dalam menyampaikan pesan berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab mereka.

Media Komunikasi Politik

Media komunikasi politik yang dilakukan KPU Kabupaten Banyumas tentunya menggunakan media massa. Media massa dianggap dapat dengan mudah menyebarkan informasi langsung kepada seluruh masyarakat tanpa terbatas jarak. Para anggota KPU Kabupaten Banyumas menilai, media yang paling efektif digunakan sampai saat ini adalah media sosial. Mereka menilai media sosial memiliki jangkauan yang luas dan mencakup berbagai macam golongan. Ada efek tertentu yang dirasakan ketika menyampaikan berita di media sosial, salah satunya adalah pengetahuan pendidikan politik melalui sarana (Pawito, 2002).

Namun tidak semua pesan langsung disampaikan begitu saja. Pesan tersebut harus dikaji bersama-sama terlebih dahulu sehingga berita yang disampaikan kepada masyarakat benar, faktual (Santoso, 2016). Hingga saat ini, KPU Kabupaten Banyumas sangat konsen terhadap pemberitaan tentang tahapan sosialisasi Pemilu dan Pilkada tahun 2024. Opini masyarakat yang berkembang mengenai keberadaan KPU

Kabupaten Banyumas yang dinilai masyarakat belum maksimal menjadi perhatian juga bagi para anggota. Upaya melakukan respon inilah yang menjadi salah satu bagian dalam pengelolaan media komunikasi (Pureklolon, 2018).

KPU Kabupaten Banyumas juga memaksimalkan informasi dan pesan komunikasi politik melalui surat kabar, bulletin, *website*, dan akun media sosial *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Dalam *website* yang dikelola KPU Kabupaten Banyumas ini masyarakat dapat mengakses informasi-informasi yang dibutuhkan, seperti kedudukan, fungsi, hak dan kewajiban legislatif, alat kelengkapan dewan, program kerja, kebijakan, peraturan daerah, serta berbagai laporan menyangkut laporan keuangan atau akuntabilitas kinerja pemerintah. Aktivitas ini dikenal dengan sebutan siberaktivisme. Siberaktivisme secara singkat dapat didefinisikan segala tindakan politik yang menggunakan media baru. Siberaktivisme lahir karena perkembangan media baru dan semakin terbukanya politik di Indonesia (alfian muhazir, 2021).

Media *website* ini (kab-banyumas.kpu.go.id) tampak dimaksimalkan dengan memasukan berbagai informasi, tidak terkecuali berita-berita dari media lain menyangkut KPU Kabupaten Banyumas. Mereka juga coba menjembatani komunikasi dengan masyarakat melalui laman saranatau aspirasi masyarakat.

Gambar 1 Website KPU Kabupaten Banyumas



Sumber: <https://kabbanyumas.kpu.go.id/>

Gambar 2 Website KPU Kabupaten Banyumas



Sumber: <https://kab-banyumas.kpu.go.id/>

Tidak mau ketinggalan dengan perkembangan zaman yang ditandai perkembangan media sosial, KPU Kabupaten Banyumas juga memanfaatkan *Instagram* sebagai media komunikasi politik terhadap masyarakat Kabupaten Banyumas. Di akun resmi *Instagram*, KPU Kabupaten Banyumas menampilkan berbagai foto kegiatan yang berkaitan kegiatan sosialisasi dan pendidikan dasar politik kepada masyarakat. Pengelolaan foto-foto kegiatan dewan di *Instagram* dilakukan semenarik mungkin untuk membangun komunikasi antara KPU Kabupaten Banyumas dengan masyarakat.

Secara keseluruhan, *Instagram* KPU Kabupaten Banyumas ini sudah dikelola dengan

sangat baik, hal ini terbukti dengan informasi atau foto yang ditampilkan selalu *update*. Begitu juga penggunaan tagar (*hashtag*) sudah dilakukan sesuai dengan foto atau gambar yang ditampilkan. Pengelolaan dan penyajian gambar di akun *Instagram* KPU Kabupaten Banyumas juga dilakukan secara konsisten. Meski demikian, KPU Kabupaten Banyumas perlu menyadari bahwa pengguna *Instagram* sangat tersegmentasi ke kalangan anak remaja atau anak muda, sehingga gambar atau foto yang ditampilkan di akun *Instagram* KPU Kabupaten Banyumas harus lebih menarik, variatif, namun tetap tidak meninggalkan fungsi informatif.

Jumlah follower *Instagram* DPRD Kota Bandung memang belum sebanding dengan jumlah penduduk dan pengguna *Instagram* di Kabupaten Banyumas. Namun demikian, upaya dalam pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Banyumas sudah membuahkan hasil dengan munculnya respon secara langsung di *instagram* KPU Kabupaten Banyumas berupa “like”.

Meski demikian, KPU Kabupaten Banyumas telah berupaya untuk mengelola media sosial mereka dengan baik. Aktivitas yang mereka lakukan selalu mereka sampaikan melalui akun resmi media sosial mereka. Informasi yang mereka sampaikan terintegrasi dengan berbagai media sosial baik mengenai penampungan aspirasi masyarakat.

Masyarakat Kabupaten Banyumas sendiri tidak semuanya mengakses informasi mengenai KPU Kabupaten Banyumas melalui media sosial. Pemilihan media untuk melakukan komunikasi politik dengan masyarakat memang

sangat bervariasi, sejauh penelitian yang telah dilakukan, KPU Kabupaten Banyumas sudah semaksimal mungkin melakukan komunikasi politik dengan berbagai jenis media, baik itu media sosial, *website*, maupun media massa pada umumnya.

Partisipasi Masyarakat

Partisipan komunikasi politik pada dasarnya adalah semua pihak yang terlibat atau mengambil peran dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan. Aktor komunikasi politik dengan demikian dapat berupa perorangan atau individu, kelompok, organisasi, lembaga, atau mungkin (Dan Nimmo, 2005).

Di dalam kenyataan empirik, aktor komunikasi politik dapat beraneka ragam. Selain individu atau perorangan sebagaimana baru saja dicontohkan, aktor lain dalam komunikasi politik yang tergolong sangat sering mengambil prakarsa menyampaikan pesan-pesan komunikasi adalah pemerintah. Pemerintah, di manapun, senantiasa mengupayakan agar kondisi dan situasi berjalan tertib, normal, dan aman; dan yang lebih penting lagi bagi pemerintah adalah mengupayakan agar senantiasa memperoleh legitimasi dari rakyat. Untuk kepentingan ini pemerintah selalu berusaha meyakinkan kepada rakyat bahwa berbagai upaya telah dilakukan dan berbagai kebijakan telah dibuat dengan adil (*fair*) dan bersungguh-sungguh, dari waktu ke waktu, dan kesemuanya adalah untuk rakyat kepada siapa pemerintah bertanggungjawab (alfian muhazir, 2021).

Dengan kata lain pemerintah senantiasa mengupayakan pemasaran politik demi menjaga dan meningkatkan kepercayaan dan dukungan

rakyat. Hal demikian dapat diketahui dengan jelas melalui berbagai hal, misalnya, betapa pemerintah menyebarluaskan berbagai informasi (dan menjaga citra) mengenai peraturan-peraturan yang dibuat, rancangan-rancangan kebijakan-kebijakan yang akan ditempuh, dan perubahan-perubahan yang digulirkan yang kesemuanya diharapkan agar rakyat mengerti dan mau memberikan dukungan. Dalam masa-masa kritis dan/atau terjadi bencana alam maka hal demikian biasanya lebih menyolok lagi (alfian muhazir, 2021).

Organisasi atau institusi merupakan aktor lain yang tergolong lazim berperan dalam komunikasi politik. Partai politik, organisasi pemuda, sekolah, dan serikat pekerja adalah contoh-contoh dari organisasi yang banyak mengambil peran dalam proses-proses komunikasi politik (alfian muhazir, 2021).

Secara berkala organisasi menyelenggarakan rapat, konferensi, atau muktamar. Di dalam muktamar biasanya dibicarakan perihal-perihal internal organisasi serta tanggapan-tanggapan atau posisi-posisi sikap/pendirian organisasi terhadap persoalan-persoalan eksternal organisasi yang berkaitan dengan masyarakat luas serta bangsa dan negara. Di penghujung konferensi biasanya dibacakan keputusan-keputusan yang baru saja dihasilkan.

Media massa meliputi atau melaporkannya kepada publik bahkan sejak awal penyelenggaraan. Publik dan juga pemerintah menjadi tahu (melalui media massa) mengenai konferensi bersangkutan serta posisi-posisi sikap dan pandangan-pandangan resmi organisasi bersangkutan (serta para elite

dan/atau pengurus di dalamnya) berkenaan dengan persoalan-persoalan penting yang sedang berkembang. Organisasi bersangkutan dengan langkah-langkah yang baru saja dicontohkan tadi telah secara nyata (*actual*) bertindak sebagai aktor komunikasi politik yang berbicara kepada publik atau masyarakat luas dan juga kepada pemerintah.

KESIMPULAN

Komunikasi politik yang dilakukan KPU Kabupaten Banyumas dalam meningkatkan peran komunikasi politik kepada masyarakat, dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan masyarakat yang biasanya diwakili oleh elemen-elemen masyarakat tertentu. Strategi yang digunakan dalam menyampaikan komunikasi politik tersebut dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari perencanaan, penyampaian pesan, dan pengelolaan media komunikasi politik. Dalam pengelolaan pesan komunikasi politik, pengelolaan isu-isu politik strategis masih minim dilakukan KPU Kabupaten Banyumas, mereka juga jarang tampil di media massa dan pemberitaan mengenai KPU Kabupaten Banyumas juga sangat minim. Untuk mengatasi hal ini KPU Kabupaten Banyumas memanfaatkan media sosial untuk melakukan komunikasi yang tidak tersampaikan melalui media massa.

Sementara itu media digunakan dalam penyampaian komunikasi politik KPU Kabupaten Banyumas dilakukan dengan berbagai cara, baik itu secara langsung, pemanfaatan media massa yang dianggap dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. KPU Kabupaten Banyumas juga memiliki media komunikasi resmi seperti *website* dan

Instagram. Melalui media-media tersebut, KPU Kabupaten Banyumas menyampaikan informasi terkait fungsi legislasi mereka sebagai wakil rakyat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian muhazir. (2021). *Komunikasi Politik: Demokrasi, Media Massa, dan Pemilihan Umum di Indonesia*. Zahira Media Publisher.
- Budiarjo, M. (2017). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Burhan Bungin. (2018). *Komunikasi Politik Pencitraan*. Prenada Media Grup.
- Creswell. (2013). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 4th Edition*. SAGE Publications, Inc.
- Dan Nimmo. (2005). *Komunikasi Politik*. Remaja Rosdakarya.
- Fanaqi, C. (2018). Strategi Komunikasi Kpu Kabupaten Garut Dalam Sosialisasi Pemilu 2014 Kepada Kelompok Disabilitas Di Kabupaten Garut. *Journal.Uniga.Ac.Id*, 24–41.
<http://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/355>
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realita*. Yayasan Obor Indonesia.
- Inco Hary Perdana. (2012). *Political Marketing Partai Politik Baru Menuju Pemilu 2014 Studi Kasus Strategi Pemenangan Partai Nasdem*.
- Kriyantono, R., & Rakhmat, S. J. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Alfabeta.
- McQuail, D. (1992). *Political Communications*. Routledge.
- Moleong, Lexy, J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Rajawali Press.
- Nursal, Adman. (2004). *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilihan Umum*. Gramedia Pustaka Utama.
- Pawito. (2002). *Mass Media and Democracy: Study of the Roles of the Mass Media in the Indonesian Transition Periode 1997-1999*. The University of Newcastle, Australia.
- Pureklolon, T. T. (2018). *Komunikasi Politik:*

Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan. Gramedia Pustaka Utama.

Robert. K. Yin. (2011). *Studi Kasus: Desain & Metode.* PT RajaGrafindo Persada.

Santoso, P. (2016). Konstruksi Sosial Media Massa. *Al-Balagh : Jurnal Komunikasi Islam.*

Tjenreng, Z. B. (2020). *Demokrasi di Indonesia Melalui Pilkada Serentak.* Papas Sinar Sinanti.