

BAB III

HASIL PEMBAHASAN

Pada bab ini, penelitian akan membahas tentang analisis dari hasil temuan penelitian mengenai penerapan ”Upaya Persuasif Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang Untuk Mendorong Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024”. Pembahasan ini dilakukan dengan hasil penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif melalui wawancara mendalam dengan menggunakan panduan wawancara untuk mengetahui upaya persuasif yang dikaitkan dengan teori *Goals – Plans – Actions*.

Penelitian ini didapat melalui hasil wawancara dengan narasumber yang telah dicantumkan, sebagai berikut :

No	Narasumber	Jabatan
1.	Khikmatun	Divisi Sosdiklih dan SDM (Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM) KPU Kabupaten Batang
2.	Sunu Panji Utomo	Kepala Subbagian Teknis Penyelenggara Pemilu dan Partisipasi Hubungan Masyarakat KPU Kabupaten Batang

3.1 Upaya Persuasif Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang Dalam Melaksanakan Program ”KPU Goes to School, Pesantren, Campus” Kepada Pemilih Pemula

Dalam upaya mendorong partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024 Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang menerapkan strategi komunikasi persuasif yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan dan pentingnya partisipasi dalam Pemilu. Setiap instansi tentunya memiliki pendekatan yang berbeda dalam mengedukasi, seperti KPU Kabupaten Batang dengan menjalankan kegiatan sosialisasi yang mengedepankan pendidikan pemilih melalui cara yang mudah dipahami oleh pemilih pemula. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai proses pemilu serta aturan yang harus diikuti agar suara pemilih sah.

KPU Kabupaten Batang berupaya mengedukasi pemilih pemula dengan memberikan pemahaman tentang aturan - aturan teknis yang berkaitan dengan Pemilu yang tidak hanya sekedar berpartisipasi, tetapi juga memahami pentingnya menggunakan hak pilih mereka dengan bijak. Salah satu program dilaksanakan ”KPU Goes to School, Pesantren, Campus” adalah program yang mengunjungi berbagai sekolah, pesantren, dan kampus di Kabupaten Batang untuk memberikan edukasi kepada pemilih pemula. Tujuan dari program ini adalah untuk menyosialisasikan pentingnya partisipasi dalam Pemilu 2024 dan memberikan pemahaman mengenai proses Pemilu, aturan yang harus diikuti, serta cara mencoblos yang benar. Kegiatan ini melibatkan pendidikan pemilih,

simulasi pencoblosan, serta nonton bareng film terkait Pemilu agar pemilih pemula lebih memahami cara menggunakan hak pilih mereka dengan bijak.

KPU juga berkolaborasi dengan berbagai pihak seperti Lembaga Pendidikan untuk mendukung program ini. Melalui kegiatan sosialisasi, KPU Kabupaten Batang dapat memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya terlibat dalam Pemilu dengan pendekatan strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh KPU Kabupaten Batang bertujuan mengedukasi pemilih pemula agar mereka memiliki pengetahuan tentang proses Pemilu dan dapat menggunakan hak pilih mereka dengan bijak. KPU Kabupaten Batang berupaya mengurangi apatisisme di kalangan pemilih pemula dan mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam Pemilu 2024, sehingga meningkatkan legitimasi Pemilu. Agar mencapai hasil yang maksimal, KPU Kabupaten Batang merumuskan strategi komunikasi yang efektif dengan tujuan menyampaikan informasi secara akurat dan mengubah perilaku masyarakat.

Teori *Goals – Plans – Actions* yang digagas oleh James Price Dilliard mengemukakan bahwa strategi komunikasi yang baik akan membantu merumuskan pesan yang efektif dengan tujuan menyampaikan informasi dengan tepat dan mengubah perilaku masyarakat (Littlejohn et al., 2017). Oleh karena itu, dalam pelaksanaan strategi sosialisasi kepada pemilih pemula, KPU Kabupaten Batang didukung oleh tiga elemen utama: *Goals* (tujuan), *Plans* (rencana), dan *Actions* (tindakan), untuk memastikan bahwa komunikasi dapat berjalan dengan maksimal dan memberikan dampak yang diinginkan (Littlejohn et al., 2017).

1. Goals (tujuan)

Tujuan merupakan keadaan yang ingin dicapai di masa depan (Saptiyono, 2024). Tujuan utama dari strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh KPU Kabupaten Batang adalah untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024. Tujuan ini dilaksanakan dengan pendekatan yang lebih spesifik yang mencakup beberapa sasaran. Pertama, meningkatkan kesadaran dan pengetahuan pemilih pemula mengenai pentingnya berpartisipasi dalam Pemilu dan memahami hak serta kewajiban mereka sebagai pemilih. Kedua, tujuan lainnya adalah untuk mengurangi apatisisme di kalangan pemilih pemula. Apatisme ini sering muncul akibat kurangnya pengetahuan atau pandangan negatif yang diterima dari lingkungan sekitar. Oleh karena itu, strategi ini berusaha memberikan informasi yang memadai untuk menumbuhkan kepedulian terhadap pentingnya Pemilu. Ketiga, mendorong pemilih pemula untuk menggunakan hak pilih mereka dengan bijak. KPU Kabupaten Batang berupaya agar pemilih pemula memahami betul bagaimana cara mencoblos yang sah, serta pentingnya memilih dengan bijak. Tujuan akhir dari seluruh usaha ini adalah untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam Pemilu 2024, sehingga dapat memperkuat legitimasi hasil Pemilu yang lebih baik.

2. Plans (rencana)

Rencana merupakan pedoman yang digunakan untuk menghasilkan perilaku verbal maupun nonverbal yang dapat membantu mencapai suatu

tujuan (Saptiyono, 2024). Untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, KPU Kabupaten Batang menyusun berbagai rencana strategi yang melibatkan pemetaan, sosialisasi, dan edukasi kepada pemilih pemula. Langkah pertama yang dilakukan adalah pemetaan pemilih pemula. Pemetaan ini bertujuan untuk mengetahui lokasi, demografi, dan karakteristik pemilih pemula yang tersebar di berbagai tempat dan usia. Pemetaan ini sangat penting agar KPU dapat merancang pendekatan yang lebih tepat dan relevan sesuai dengan kebutuhan masing-masing kelompok pemilih pemula. Kelompok pemilih pemula berusia antara 17 hingga 24 tahun yang merupakan pertama kali terlibat dalam Pemilu menjadi fokus utama dalam perencanaan strategi. Setelah pemetaan, KPU Kabupaten Batang merancang kegiatan sosialisasi dan edukasi. Mayoritas pemilih Pemula di Kabupaten Batang merupakan pelajar yang masih duduk di bangku sekolah, sehingga KPU Kabupaten Batang memfokuskan kegiatan sosialisasi pendidikan pemilih melalui Lembaga Pendidikan.

Salah satu program yang dijalankan untuk menjangkau pemilih pemula di kalangan pelajar ini antara lain, seperti kegiatan “*KPU Goes to School, Pesantren, Campus*” yang melibatkan sekolah, pesantren dan kampus dalam melaksanakan sosialisasi secara langsung. Sosialisasi ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada pemilih pemula mengenai proses Pemilu, dengan mengedukasi cara yang tepat dalam menggunakan hak pilih. KPU Kabupaten Batang juga menyampaikan pesan melalui pendekatan media sosial dengan membuat konten atau

pesan – pesan yang dirancang dengan bahasa simple, bersahabat dan mengundang agar memberikan pengetahuan yang praktis dan mudah dipahami oleh pemilih pemula

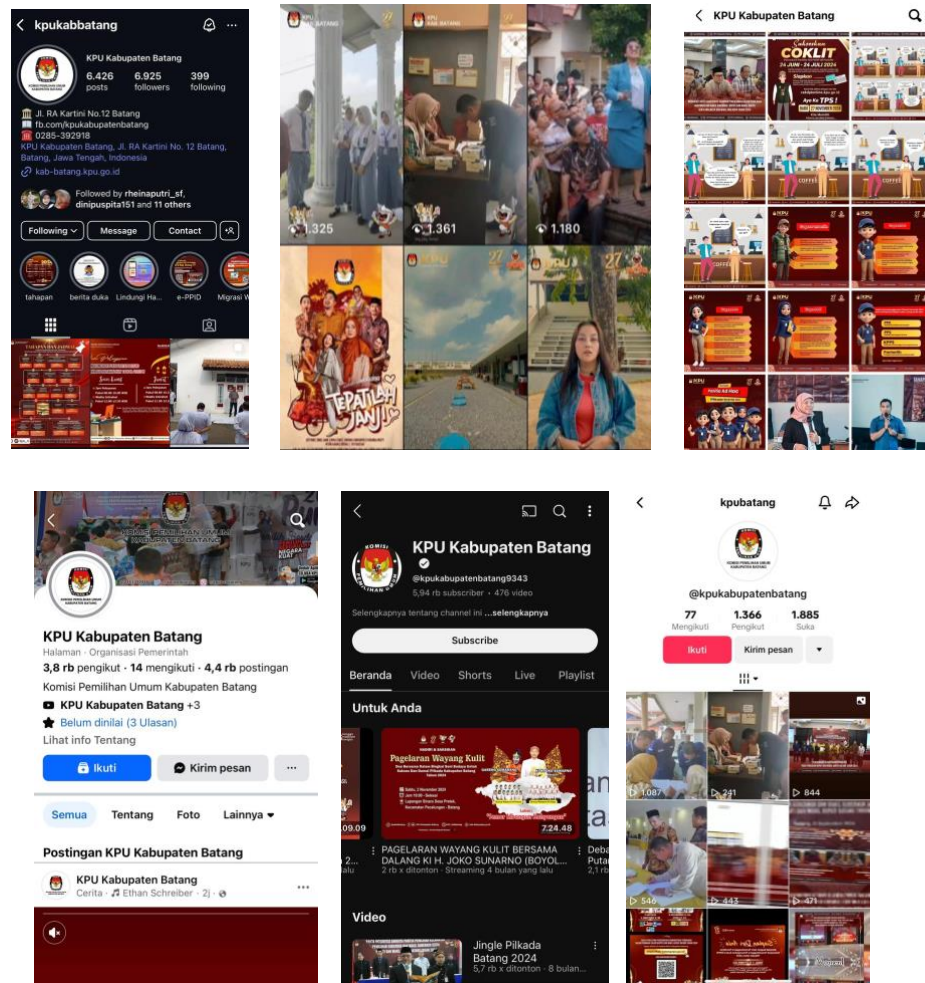


Sumber : Instagram KPU Kabupaten Batang, 2024

Gambar 3.1 Komunikator dan Petugas Sosialisasi KPU Kabupaten Batang

Selain itu, KPU Kabupaten Batang juga memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pemilih pemula yang lebih aktif di dunia digital. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi melalui konten visual yang menarik, seperti video pendek, infografis, dan poster. Melalui platform Instagram untuk membagikan informasi kegiatan melalui postingan dan live report, serta TikTok untuk membuat video yang lebih menarik dengan durasi singkat, Youtube untuk mengadakan siaran langsung selama kegiatan besar agar seluruh masyarakat khususnya pemilih pemula yang

tidak dapat hadir tetap dapat mengikuti secara real-time. Dengan cara ini, KPU Kabupaten Batang berharap dapat menjangkau lebih banyak pemilih pemula yang menghabiskan waktu di media sosial.



Sumber : Instagram KPU Kabupaten Batang, 2024

Gambar 3.2 Media Sosial KPU Kabupaten Batang

3. **Actions (tindakan)**

Tindakan merupakan bagaimana komunikator menerapkan rencana yang telah dibuat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan KPU Kabupaten Batang mengimplementasikan rencana yang telah disusun dengan melaksanakan berbagai tindakan yang terorganisir dan terarah. Tindakan pertama adalah pelaksanaan sosialisasi tatap muka di berbagai tempat, seperti sekolah, pesantren, dan kampus, yang menjadi tempat berkumpulnya pemilih pemula. “*KPU Goes to School, Pesantren, Campus*” adalah beberapa contoh kegiatan yang dilaksanakan KPU untuk memberikan edukasi langsung. Beberapa metode yang digunakan dalam sosialisasi adalah melalui pendidikan pemilih, nonton bareng film untuk menarik perhatian pemilih, dan simulasi agar pemilih pemula dapat memahami secara langsung bagaimana cara mencoblos yang benar.

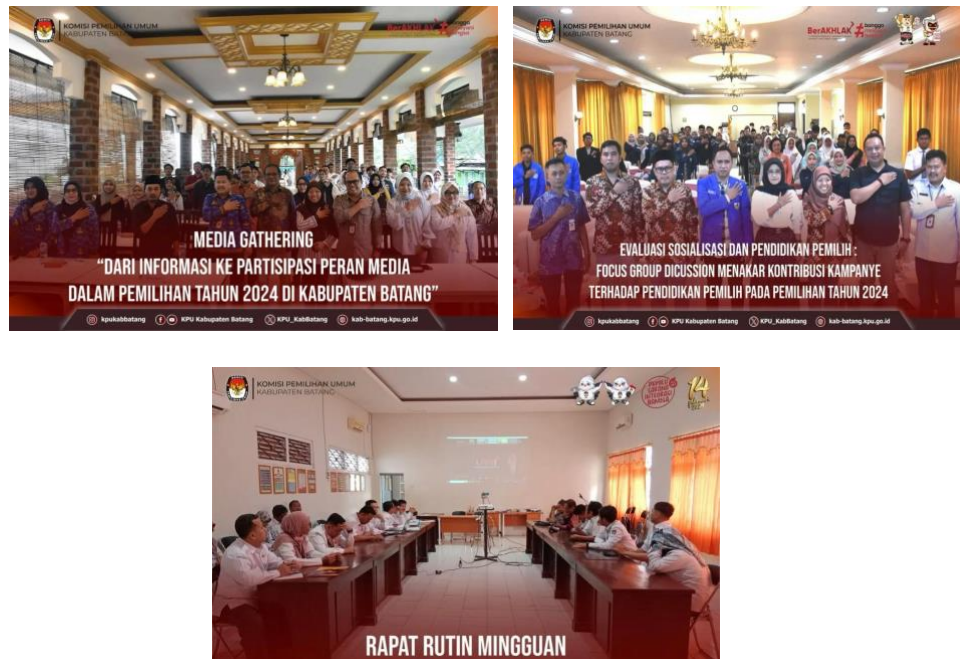
Selain itu, Sosialisasi tahapan Pemilu 2024 yang melibatkan pelajar dalam kegiatan seperti pemilihan OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah). Kegiatan ini tidak hanya mengenalkan proses Pemilu secara umum, tetapi juga memberi kesempatan bagi pelajar untuk merasakan bagaimana proses pemilihan itu berlangsung. KPU tidak hanya memberikan penjelasan tentang Pemilu tetapi juga mengajak perwakilan pelajar, seperti ketua OSIS dan BEM Universitas yang ada di Kabupaten Batang, untuk ikut menyebarkan informasi kepada teman-teman mereka. Dengan metode tatap muka ini, pemilih pemula dapat lebih terlibat dalam diskusi dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses Pemilu.



Sumber : KPU Kabupaten Batang, 2024

Gambar 3.3 Kegiatan Sosialisasi Tatap Muka

3.2 Evaluasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang Dalam Melaksanakan Program "KPU Goes to School, Pesantren, Campus" Kepada Pemilih Pemula



Sumber : Instagram KPU Kabupaten Batang, 2024

Gambar 3.4 Kegiatan Evaluasi KPU Kabupaten Batang

Tahapan terakhir pada strategi komunikasi yaitu Evaluasi. Tahapan evaluasi dalam strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang adalah langkah penting untuk mengukur efektivitas upaya yang telah dilakukan dalam mendorong partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024. Evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengukur keberhasilan, tetapi juga sebagai sarana pengawasan dan pelaporan yang memberikan feedback untuk perbaikan lebih lanjut. Evaluasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Batang bertujuan untuk mengetahui sejauh

mana strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan, seperti meningkatkan kesadaran dan partisipasi pemilih pemula dalam Pemilu. KPU Kabupaten Batang melakukan evaluasi terhadap setiap kegiatan sosialisasi yang telah dilaksanakan dengan menggunakan metode yang terstruktur. Setiap evaluasi kegiatan sosialisasi dilaporkan ke KPU RI melalui aplikasi Siparmas. Laporan yang diterima dari KPU Kabupaten Batang kemudian diolah oleh KPU RI untuk mengukur keberhasilan berdasarkan data kuantitatif yang tercatat selama sosialisasi. Melalui aplikasi Siparmas, KPU Kabupaten Batang diminta untuk mengisi indikator-indikator tertentu yang berkaitan dengan pelaksanaan teknis, partisipasi audiens, dan kualitas kegiatan yang dilakukan. Hal ini memungkinkan KPU untuk mendapatkan feedback yang sistematis dan terukur.

Selain itu, KPU Kabupaten Batang juga mengadakan evaluasi secara rutin setelah setiap tahapan kegiatan sosialisasi, yang melibatkan internal dan eksternal stakeholder yang terkait. Salah satu bentuk evaluasi eksternal adalah melalui kegiatan *Media Gathering* dan *Focus Group Discussion* (FGD). Dalam *Media Gathering* yang bertemakan "Dari Informasi ke Partisipasi: Peran Media dalam Pemilihan Tahun 2024 di Kabupaten Batang," KPU Kabupaten Batang melibatkan berbagai pihak, seperti Bakesbangpol Kabupaten Batang, Diskominfo, ormas, tim pemantau pemilu, dan media lokal. Kegiatan ini bertujuan untuk mengumpulkan masukan dari media

tentang efektivitas informasi yang disampaikan serta bagaimana peran media dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pemilu.

KPU Kabupaten Batang juga mengadakan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan tema "Menakar Kontribusi Kampanye terhadap Pendidikan Pemilih Tahun 2024." FGD ini melibatkan berbagai pihak yang terlibat langsung dalam pendidikan pemilih, seperti Bawaslu Kabupaten Batang, Bakesbangpol, ormas, perwakilan SMA/Sederajat, BEM Universitas di Kabupaten Batang, serta anggota PPK Sospdiklih. Melalui FGD ini, KPU Kabupaten Batang dapat memperoleh perspektif dari berbagai pihak mengenai efektivitas kampanye yang telah dilakukan serta bagaimana cara meningkatkan kontribusi kampanye untuk mendorong pemilih pemula berpartisipasi aktif dalam Pemilu. Evaluasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Batang memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat keberhasilan komunikasi persuasif yang telah dilaksanakan, termasuk pencapaian tujuan, kesesuaian antara perencanaan dan pelaksanaan, serta respon dari pemilih pemula.

Hasil evaluasi ini bukan hanya menjadi indikator keberhasilan, tetapi juga memberikan informasi penting yang dapat digunakan untuk merancang strategi komunikasi persuasif yang lebih efektif di masa depan. Dengan adanya evaluasi yang terstruktur dan melibatkan berbagai pihak, KPU dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan dalam setiap kegiatan sosialisasi yang dilakukan dan merencanakan program sosialisasi berikutnya dengan lebih matang.

3.3 Faktor Pendukung dan Penghambat Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang Dalam Melaksanakan Program "*KPU Goes to School, Pesantren, Campus*" Kepada Pemilih Pemula

Selain evaluasi, terdapat beberapa faktor yang mendukung serta menghambat pelaksanaan strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang. Faktor-faktor ini mempengaruhi efektivitas dari upaya yang dilakukan untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam Pemilu 2024. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Batang dilaksanakan berdasarkan peraturan yang jelas yaitu Peraturan KPU No. 39 Tahun 2009 dan Peraturan KPU No. 10 Tahun 2018, yang memberikan pedoman hukum dan memastikan pelaksanaan sosialisasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hal ini memberikan kepastian hukum dan menghindari potensi pelanggaran dalam pelaksanaan kegiatan. Salah satu faktor pendukung utama adalah kerjasama yang erat antara KPU Kabupaten Batang dan Badan Ad Hoc (PPK, PPS, KPPS). Pihak-pihak ini bertindak sebagai "perpanjangan tangan" KPU untuk menyampaikan pesan-pesan sosialisasi di tingkat lokal, seperti di sekolah-sekolah, RT, dan organisasi desa. Hal ini memungkinkan KPU untuk lebih efisien dalam menjangkau audiens pemilih pemula yang tersebar di berbagai tempat.

KPU Kabupaten Batang menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi untuk menjangkau pemilih pemula yang aktif di platform digital.

Penggunaan Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube memungkinkan KPU untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih muda dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Konten visual yang kreatif, seperti video pendek dan grafis, membantu untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik. KPU Kabupaten Batang menggunakan berbagai metode sosialisasi yang interaktif, seperti nonton bareng film, simulasi Pemilu, dan diskusi yang melibatkan pemilih pemula. Metode ini tidak hanya memberi pengetahuan, tetapi juga mengajak audiens untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan tersebut, yang berujung pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai Pemilu.

Namun juga terdapat faktor penghambat adalah perbedaan minat dan ketertarikan di kalangan pemilih pemula. Tidak semua pemilih pemula tertarik pada metode sosialisasi yang sama. Beberapa lebih tertarik pada sosialisasi tatap muka, sementara yang lain lebih suka informasi yang disampaikan melalui media sosial atau kegiatan yang lebih interaktif. Oleh karena itu, KPU harus terus mendiversifikasi metode komunikasi yang digunakan agar dapat menjangkau berbagai kelompok pemilih. Keterbatasan SDM di KPU Kabupaten Batang juga menjadi hambatan, meskipun telah melibatkan pihak Badan Ad Hoc, jumlah tenaga kerja KPU yang terbatas membuat kegiatan sosialisasi di daerah-daerah terpencil menjadi lebih sulit dijangkau jika hanya mengandalkan pegawai KPU saja. Kemudian masih ada pemilih pemula yang merasa kurang percaya dengan integritas Pemilu, terutama terkait dengan isu-isu politik praktis *money politics* meskipun KPU

telah melakukan sosialisasi dan edukasi, tantangan besar adalah untuk meyakinkan pemilih pemula bahwa Pemilu adalah proses yang sah dan penting untuk masa depan mereka. Beberapa pemilih pemula mungkin tidak memiliki akses yang sama terhadap teknologi atau media sosial, terutama mereka yang tinggal di daerah terpencil dengan akses internet terbatas. Hal Ini menjadi hambatan dalam memastikan bahwa semua pemilih pemula dapat mengakses informasi yang disampaikan melalui media digital.