

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PROFIL INSTANSI

Pada bab ini dijelaskan *state of the art* yang relevan dengan penelitian topik penelitian serupa khususnya mengenai strategi komunikasi di Komisi Pemilihan Umum dalam melaksanakan program sosialisasinya kepada pemilih pemula, kemudian menjabarkan kerangka teori dan konsep, operasionalisasi konsep, serta profil dari KPU Kabupaten Batang

2.1 State Of The Art

State of the art atau penelitian terdahulu dalam penelitian ini digunakan sebagai panduan untuk melaksanakan penelitian yang serupa dengan memahami penelitian - penelitian sebelumnya, sehingga kita dapat mengetahui masalah yang sudah diteliti dan area yang masih perlu penelitian lebih lanjut. Hal ini penting, agar penelitian yang dilakukan bisa memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan bidang yang sedang diteliti diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi dan memberikan solusi yang relevan. Berikut ini adalah beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki kaitan erat dengan topik penelitian ini :

Penelitian pertama oleh Juli Ariska dan Syafruddin Pohan (2024) berjudul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kota Binjai dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilu 2024” menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh KPU Binjai untuk

meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi media sosial, wawancara dan studi dokumentasi. Penelitian ini menggunakan komunikasi Harold Laswell, teori strategi dan psikologi komunikasi untuk menganalisis bagaimana pesan disampaikan dapat diterima oleh pemilih pemula. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPU Kota Binjai telah efektif dalam merencanakan, mengimplementasikan dan evaluasi strategi komunikasi publik melalui media yang menarik agar berhasil meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024.

Penelitian kedua oleh Nurhang (2020) berjudul “Strategi Komunikasi KPU terhadap Peningkatan Partisipasi Masyarakat dalam Menggunakan Hak Pilih pada Pilkada 2018 di Kabupaten Pinrang” bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang dilakukan KPU untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya berpartisipasi dalam pemilu dan mengatasi golput. Teori yang digunakan Agenda Setting dan Two Step Of Communication. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara, observasi, dan studi, dokumentasi. penelitian ini mengungkapkan bahwa KPU Pinrang berkomitmen untuk menyelenggarakan Pemilu yang transparan. Meskipun ada rintangan seperti jarak dan pekerjaan, KPU melakukan sosialisasi secara masif untuk menjangkau masyarakat dan meningkatkan strategi sosialisasi guna meningkatkan partisipasi pemilih.

Penelitian ketiga oleh Muhammad Rizki Kurniawan dkk (2023) berjudul “Digitalisasi: Strategi Komunikasi KPU dalam Meningkatkan

partisipasi Gen Z pada Pemilu 2024” bertujuan mengkaji strategi komunikasi KPU Provinsi Kalimantan Tengah untuk meningkatkan partisipasi Gen Z. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian mengungkapkan temuan bahwa KPU memanfaatkan media sosial dan program edukasi seperti “KPU Goes To School” dan “KPU Goes To Campus”. Meskipun strategi ini efektif dalam menarik perhatian. Namun partisipasi Gen Z masih rendah dengan interaksi di media sosial yang minim, sehingga dibutuhkan metode komunikasi yang lebih interaktif untuk mendorong mereka partisipasi aktif.

Penelitian keempat oleh Rifqi Aulia dan Milka (2024) berjudul “Strategi Komunikasi KPU Kota Palangka Raya dalam Meningkatkan Partisipasi Generasi Z pada Pemilu dan Pilkada Serentak Tahun 2024” bertujuan untuk meningkatkan partisipasi politik generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menerapkan konsep SWOT dan konsep komunikasi Harold Laswell. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPU Kota Palangka Raya berhasil menggunakan strategi komunikasi melalui program edukatif dan kolaboratif untuk meningkat partisipasi. Meskipun komunikasi telah mencakup elemen penting, masih ada individu dari regenerasi Z yang apatis, sehingga KPU perlu melanjutkan upaya edukasi agar mendorong partisipasi mereka dalam Pemilu dan Pilkada.

Penelitian kelima oleh Syarif Syaputra, Nur Hasanah dan Nurliah (2022) berjudul “Strategi Komunikasi KPU Kalimantan Timur dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur 2018 di Kota Samarinda”. Penelitian ini menggunakan pendekatan

kualitatif deskriptif dan menerapkan konsep swot dalam teori strategi komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan KPU Kalimantan Timur berhasil mencapai target partisipasi 77%. Penelitian ini menyarankan agar sosialisasi melibatkan komisioner dengan menargetkan masyarakat di daerah terpencil dan bekerja sama dengan perguruan tinggi serta membentuk tim khusus untuk sosialisasi melalui media sosial.

Seperti yang telah dipaparkan di atas bahwa terdapat persamaan dan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Persamaan dengan penelitian - penelitian sebelumnya terdapat beberapa hal yaitu fokus meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam pemilu, terdapat kesamaan menganalisis strategi komunikasi yang digunakan KPU untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam Pemilu, terdapat kesamaan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Selain itu penelitian sebelumnya menggunakan teori *Agenda Setting*, teori *Two Step Flow of Communication*, teori SWOT yang membedakan pada penelitian ini menggunakan teori *Goals – Plans – Actions* yang elemen utama : *Goals* (tujuan), *Plans* (rencana), *Actions* (tindakan). Elemen - elemen tersebut digunakan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif KPU Kabupaten Batang dalam melakukan sosialisasi untuk mendorong pemilih pemula. Penelitian sebelumnya berfokus pada sosialisasi melalui media sosial, sedangkan penelitian ini menekankan pada sosialisasi langsung kepada pemilih pemula lebih efektif dengan pendekatan komunikasi persuasif, karena pesan

yang disampaikan mudah diterima dan dipahami, serta pemilih pemula memiliki potensi besar untuk mengalami perubahan sikap yang signifikan dalam mempengaruhi pemilu mendatang. Komunikasi persuasif yang diterapkan sebagai upaya edukatif dalam penelitian ini karena dapat mengubah sikap pemilih pemula, sehingga mereka memahami pentingnya berpartisipasi dalam Pemilu.

2.2 Kerangka Teori dan Konsep

2.2.1 Teori Goals – Plans – Actions

James Price Dilliard (1997) mengemukakan teori *Goals – Plans – Action* yang menggambarkan tiga tahap utama dalam menyampaikan pesan yaitu *Goals* (tujuan), *Plans* (rencana), dan *Action* (tindakan). Teori *Goals – Plans – Action* ini dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana orang menghasilkan pesan yang bertujuan untuk mengubah atau mempertahankan perilaku (Littlejohn et al., 2017). Asumsi dari teori ini adalah bahwa individu memiliki pilihan mengenai pesan yang mereka buat dan melakukannya dengan tingkat kesadaran tertentu (Littlejohn et al., 2017). Teori ini berpendapat bahwa individu biasanya tahu tentang apa yang mereka lakukan (Schrodt et al., 2015)

Dillard (2008) menyatakan dalam teorinya, terdapat tiga langkah utama yang dilakukan dalam proses pelaksanaannya, yaitu :

1. *Goals* (tujuan)

Tujuan merupakan keadaan yang ingin dicapai di masa depan. Teori ini menjelaskan bahwa seseorang memiliki tujuan tertentu, baik itu tujuan utama (primer) maupun tujuan tambahan (sekunder). Tujuan utama adalah langkah pertama yang dilakukan untuk memulai penyampaian pesan, sedangkan tujuan sekunder adalah tujuan yang mengikuti tujuan utama, berupa tindakan tertentu yang dilakukan setelahnya.

2. *Plans* (rencana)

Rencana merupakan pedoman yang digunakan untuk menghasilkan perilaku verbal maupun nonverbal yang dapat membantu mencapai suatu tujuan. Rencana memiliki empat dimensi yaitu :

- a. Eksplisit, yaitu sejauh mana komunikator menjelaskan maksud dan tujuan komunikasi secara jelas.
- b. Dominan, yang menggambarkan perbedaan kekuatan antara kedua belah pihak dalam interaksi persuasif.
- c. Argumen, yang menggambarkan seberapa banyak komunikator menggunakan logika dan alasan untuk mempengaruhi komunikan.
- d. Kontrol, yang menunjukkan sejauh mana komunikator dapat memaksa atau mengendalikan pihak lain untuk mematuhi pesan tersebut.

3. *Actions* (tindakan)

Tindakan merujuk pada bagaimana komunikator menerapkan rencana yang telah dibuat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tindakan ini dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh tujuan yang ingin dicapai.

Untuk mencapai tujuan persuasif, proses pembuatan pesan perlu direncanakan dengan hati-hati menggunakan berbagai strategi agar pesan yang disampaikan jelas dan tepat sasaran (Putra and Salim, 2022). Dalam proses komunikasi, seseorang memiliki tujuan sebelumnya kemudian merencanakan untuk mencapai tujuan tersebut baru kemudian ada aksinya. Melalui penerapan teori *Goals – Plans – Action* pada penelitian ini akan dilihat bagaimana upaya persuasif Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang dalam menentukan tujuan program sosialisasinya kepada pemilih pemula, kemudian mereka merencanakan dan akhirnya tindakan apa saja yang perlu di terapkan KPU Kabupaten Batang lakukan untuk sosialisasi tersebut.

2.2.2 Strategi Komunikasi

Suryadi., (2018) mengungkapkan strategi komunikasi pada hakikatnya suatu perencanaan yang matang serta manajemen yang terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu, strategi komunikasi merupakan paduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen

komunikasi yang terkoordinasi dengan baik untuk mencapai hasil yang diinginkan. Hal ini sejalan dengan pandangan Janah., (2023) Strategi Komunikasi adalah rencana aksi yang dibuat oleh suatu organisasi untuk mengkomunikasikan pesan - pesan tertentu kepada audiens dengan tujuan membangun hubungan yang positif dan saling menguntungkan antara organisasi atau pihak - pihak terkait.

Menurut penjelasan tersebut strategi komunikasi dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dari sebuah kegiatan komunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan) melalui saluran komunikasi untuk menciptakan pemahaman bersama di antara pihak - pihak terlibat (Ruslan, 2017). Beberapa ahli menyebutkan komunikasi dapat bersifat persuasif, edukatif, informatif tergantung pada tujuan dan isi pesan yang ingin disampaikan . Keberhasilan komunikasi tergantung pada bagaimana strategi komunikasi itu dirancang dan diterapkan. Sebuah strategi komunikasi yang baik tidak hanya memastikan pesan tersampaikan dengan jelas, tetapi juga memastikan pesan tersebut diterima dan dimengerti oleh audiens sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

(Suryadi, 2018) menyebutkan bahwa dalam merancang strategi komunikasi, ada beberapa langkah yang harus dilakukan, yaitu:

1. Menentukan tujuan dan sasaran komunikasi yang ingin dicapai

2. Melakukan analisis situasi dan lingkungan, hal ini akan membantu dalam menyusun strategi yang lebih tepat dan relevan dengan kondisi yang ada
3. Menentukan pesan yang akan disampaikan dan memilih alat komunikasi yang tepat untuk menyampaikan pesan tersebut, pesan harus jelas, spesifik dan mudah dipahami oleh audiens. Sementara alat komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan karakteristik audiens serta tujuan yang ingin dicapai
4. Mengembangkan rencana taktis yang lebih spesifik dalam pelaksanaan strategi komunikasi, hal ini meliputi langkah - langkah konkret yang akan diambil untuk memastikan pelaksanaan strategi berjalan sesuai dengan rencana
5. Evaluasi dan pengukuran metrik, evaluasi ini akan membantu mengukur seberapa berhasilnya suatu strategi komunikasi yang dilakukan. Evaluasi dilakukan secara teratur untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan efektif dalam mencapai tujuan komunikasi.

Dalam melaksanakan strategi komunikasi persuasif, peneliti menggunakan unsur komunikasi yang diperkenalkan oleh Harold Laswell (1948) untuk menentukan berhasilnya suatu komunikasi persuasif, antara lain :

- a. Komunikator merupakan pihak yang berperan sebagai penyampaian pesan kepada khalayak.

- b. Khalayak merupakan pihak yang menerima pesan dari komunikator.
- c. Pesan merupakan sebuah Informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada khalayak.
- d. Media merupakan saluran atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.
- e. Efek merupakan dampak yang muncul setelah pesan disampaikan, dapat berupa tanggapan atau opini dari khalayak dari sisi positif maupun negatif.

Menurut Venus (2019) Komunikasi terdapat tiga komponen efek yang terjadi kepada komunikan apabila sebuah komunikasi berjalan dengan baik, ketiga komponen tersebut , yaitu :

- a. Efek kognitif, efek ini berkaitan dengan peningkatan kesadaran, pembelajaran pengetahuan yang mengidentifikasi adanya perubahan pada komunikan dari yang awalnya tidak tahu menjadi tahu
- b. Efek afektif, efek ini berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap di mana komunikan merasakan dampak dari apa yang disampaikan dalam komunikasi
- c. Efek konatif, efek ini berkaitan dengan perubahan perilaku di mana komunikan melakukan tindakan sesuai dengan yang telah dipengaruhi atau diinginkan oleh komunikator.

2.2.3 Komunikasi Persuasif

Komunikasi Persuasif merupakan komunikasi yang dilakukan untuk meyakinkan orang lain agar menerima pandangan atau keyakinan tertentu dengan mendorong mereka melakukan tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan (Alvonco, 2014). Komunikasi Persuasif adalah usaha yang dilakukan dengan sengaja untuk mengubah perilaku audiens melalui penyampaian pesan - pesan tertentu (Hendri, 2019). Berdasarkan beberapa definisi tersebut, Komunikasi Persuasif adalah proses komunikasi yang bertujuan untuk mengubah sikap seseorang dan mendorong mereka untuk bertindak

Tujuan dari komunikasi persuasif, menurut Simons adalah kemampuan suatu pesan untuk membujuk dan mengajak orang lain dengan mengikuti apa yang telah disampaikan agar terciptanya suatu perubahan (Hendri, 2019). Strategi dalam komunikasi persuasif sebagai upaya untuk mempengaruhi audiens agar mereka bergerak ke arah yang lebih baik dengan tujuan yang ingin dicapai.

Adapun tujuan dari komunikasi persuasif menurut (Harahap et al., 2022) sebagai berikut :

- a. Memberitahu

Memberitahukan suatu hal informasi yang jelas, terbuka dan tepat kepada audiens, sehingga pihak yang menerima pesan tersebut dapat mengetahui apa yang dimaksud.

- b. Memotivasi

Memotivasi audiens agar mereka terdorong untuk bertindak melakukan sesuatu. Motivasi sering kali digunakan untuk memberi semangat, dorongan, atau intensif agar orang yang melakukan suatu hal diinginkan. Hal ini, komunikasi tidak hanya sekedar memberikan informasi saja, tetapi mendorong perubahan sikap dan perilaku audiens.

c. Mendidik

Menyampaikan informasi yang dikemas secara mendidik dengan mengajarkan sesuatu yang baru atau memberikan wawasan mendalam mengenai sebuah topik tertentu. Kegiatan mendidik meliputi sosialisasi atau pelatihan yang bertujuan meningkatkan pengetahuan audiens.

d. Penyebaran Informasi

Komunikasi sebagai alat untuk menyebarkan informasi kepada audiens. Informasi yang disampaikan dapat berupa pengumuman, data, berita untuk mengambil suatu tindakan.

e. Mendukung Pembuat Keputusan

Adanya komunikasi dapat menyebarluaskan informasi yang akurat sehingga mendukung terciptanya keputusan dalam mengambil suatu tindakan yang tepat.

2.2.4 Sosialisasi

Rustina and Suharnis (2022) berpendapat bahwa Sosialisasi merupakan proses dimana seseorang belajar tentang nilai - nilai, norma, dan cara bertindak yang ada di masyarakat, serta memahami peran apa yang harus dijalani sesuai dengan posisi mereka. Proses ini membantu individu untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Di sisi lain, Sosialisasi menurut (Pirmansyah et al., 2023) adalah usaha untuk memperkenalkan suatu hal agar dipahami oleh masyarakat, sosialisasi meliputi tiga hal, yaitu :

1. Dalam sosialisasi interaksi sebagai siklus yang melibatkan pembelajaran.
2. Proses belajar mengenai pola pikir, mentalitas, kecenderungan, perilaku, nilai - nilai dan tingkat kepatuhan terhadap norma sosial.
3. Setiap pengetahuan yang diperoleh selama proses sosialisasi, tergantung individu merespon pesan tersebut yang nantinya dapat diterapkan atau ditinggalkan.

Pelaksanaan sosialisasi memiliki peran penting dalam proses pemilu (Pirmansyah et al., 2023). Karena membantu masyarakat akan memahami sistem dan tahapan pemilu serta mendorong partisipasi aktif bagi pemilih pemula agar menggunakan hak suara mereka dengan bijak, tujuan dari sosialisasi dan penyampaian informasi dalam Pemilu, yaitu

1. Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya Pemilu Presiden dan Wakil Presiden dalam menjaga kehidupan demokrasi di Indonesia.
2. Meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai tahapan dan program pemilu Presiden dan Wakil Presiden.
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat terutama pemilih pemula untuk terlibat aktif dalam setiap tahapan Pemilu Presiden dan Wakil Presiden.
4. Meningkatkan partisipasi pemilih dalam menggunakan hak pilih mereka pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden.

Oleh karena itu, sosialisasi yang dimaksud dalam penelitian ini agar mempengaruhi bagaimana pendekatan, langkah, proses dan cara yang dilakukan oleh KPU Kabupaten batang untuk mensosialisasikan Pemilu kepada pemilih pemula. Seperti yang sudah dijelaskan di atas sosialisasi dapat disimpulkan sebagai wadah untuk memperkenalkan, memberitahukan, mengajarkan, dan mengajak pemilih pemula dapat mengikuti arahan yang diberikan oleh komunikator serta adanya umpan balik berupa perubahan sikap. Dilaksanakannya sosialisasi agar masyarakat dapat lebih mudah dalam penerimaan pesan apa yang dikatakan oleh komunikator sehingga menjadi tujuan dari komunikator tercapai.

2.2.5 Partisipasi Pemilih Pemula

Partisipasi berasal dari kata dalam bahasa Latin, yaitu *pars* yang berarti bagian dan *capere* yang berarti mengambil. Jika istilah tersebut digabungkan, memiliki arti “mengambil tindakan”. Dalam bahasa Inggris, kata “*participate*” atau “*participation*” juga berarti mengambil peran atau bagian. Dari penjelasan tersebut partisipasi dapat diartikan sebagai keterlibatan atau pengambilan peranan dalam kegiatan politik suatu negara.

Berdasarkan Modul 1 Komisi Pemilihan Umum (2013) Partisipasi Pemilih Pemula merupakan Warga Negara Indonesia (WNI) yang pertama kalinya mulai keterlibatan memberikan suara dalam Pemilu, yang genap berusia 17 tahun atau belum 17 tahun tetapi sudah pernah menikah (Prahesti et al., 2024). Pemilih Pemula sebagai generasi muda pertama kali menggunakan hak pilihnya, sehingga mereka memiliki peran strategis dalam mewujudkan tujuan demokrasi. (Tamrin et al., 2024)

Di Indonesia pemilih dibagi menjadi tiga kategori. Pertama, pemilih rasional yaitu mereka yang memilih berdasarkan pertimbangan dan analisis yang mendalam terhadap partai. Kedua, pemilih kritis emosional yang masih memiliki idealisme tinggi dan cenderung tidak berkompromi. Ketiga, pemilih pemula yaitu mereka yang memberikan suara untuk pertama kalinya karena baru memenuhi syarat usia sebagai pemilih (Hasyim et al., 2019).

Empat faktor utama yang mempengaruhi partisipasi pemilih, (Pirmansyah et al., 2023) yaitu :

1. Kesadaran masyarakat terhadap Pemilu

Meskipun tingkat partisipasi pemilih meningkat, kesadaran masyarakat tentang pemilu dan pemilihan cenderung menurun dari tahun ke tahun.

2. Faktor sosialisasi dan pendidikan pemilih

Sosialisasi yang baik memungkinkan masyarakat untuk lebih mengenal calon yang akan dipilih, sementara pendidikan pemilih sangat penting agar masyarakat memahami cara yang benar dalam menggunakan hak pilihnya, sehingga dapat membuat keputusan yang bijak dalam pemilu.

3. Peran peserta Pemilu

Partisipasi pemilih juga dipengaruhi oleh peran aktif peserta Pemilu, kerja sama yang baik antara peserta pemilu dan KPU dapat mengurangi kesalahan komunikasi antara kedua belah pihak saat pelaksanaan proses Pemilu.

4. Pemerintah daerah dan stakeholder

Pemerintah daerah serta stakeholder lainnya juga berperan penting dalam menjalankan partisipasi pemilih dengan mendukung proses pemilu yang lebih transparan dan edukatif.

2.2.6 Pemilihan Umum

Menurut A.S.S. Pemilu pada dasarnya sebagai alat melaksanakan kedaulatan rakyat untuk mengakui dan mewujudkan hak - hak politik rakyat untuk menjalankan pemerintahan. (Pirmansyah et al., 2023). Pemilu memiliki dampak besar terhadap sistem politik suatu negara, karena memberi kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam memilih calon pemimpin.

(Suprihatini, 2018) menyatakan bahwa Pemilu sebuah ajang demokrasi untuk membentuk sistem kekuasaan negara yang berasal dari rakyat dengan kehendak mereka, dan mengalir ke bawah sebagai kewibawaan. Kewibawaan tersebut terbangun karena kekuasaan yang dijalankan benar - benar mencerminkan keinginan rakyat, dirasakan oleh rakyat dan dilaksanakan berdasarkan prinsip permusyawaratan perwakilan.

Selain itu, Suprihatini (2018) juga menjelaskan bahwa tujuan Pemilu untuk :

1. Menjamin terjadinya peralihan pemerintahan yang aman dan tertib
2. Melaksanakan kedaulatan rakyat
3. Menjamin pelaksanaan hak - hak asasi warga negara

C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil menyatakan bahwa fungsi Pemilu sebagai berikut (Pirmansyah et al., 2023) :

1. Mempertahankan dan mengembangkan prinsip - prinsip demokrasi di Indonesia
2. Mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila yakni keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia
3. Menjamin keberhasilan perjuangan Orde Baru yaitu tegaknya Pancasila dan UUD 1945

Berdasarkan pendapat - pendapat diatas, dapat disimpulkan Pemilu merupakan bentuk deklarasi dari masyarakat kepada wakil rakyat atau pemerintah yang akan memimpin dipilih melalui proses pemilihan calon yang diusulkan.

2.3 Operasionalisasi Konsep

Teori *Goals – Plans – Actions* mengemukakan bahwa setiap perilaku memiliki tujuan yang mendasari (Littlejohn et al., 2017). Teori ini berasumsi bahwa individu dapat memilih pesan yang mereka buat dan sampaikan dengan tingkat kesadaran tertentu. James Price Dilliard sebagai pengembang teori ini, menyatakan bahwa teori *Goals – Plans – Actions* adalah strategi komunikasi yang efektif untuk merumuskan pesan dengan tujuan menyampaikan informasi secara akurat dan mengubah perilaku masyarakat. Dalam penelitian ini, teori *Goals – Plans – Actions* digunakan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang dalam upaya mengedukasi dan mendorong pemilih pemula untuk berpartisipasi dalam Pemilu 2024.

Teori ini melibatkan tiga elemen utama dalam pelaksanaannya, yaitu:

1. **Goals (tujuan)**

Tujuan dalam komunikasi persuasif ini adalah untuk meningkatkan kesadaran pemilih pemula tentang pentingnya menggunakan hak suara mereka. Tujuan akhir yang diinginkan setelah pesan disampaikan adalah mengubah sikap dan perilaku pemilih pemula, sehingga mereka merasa terdorong untuk berpartisipasi aktif dalam Pemilu.

2. **Plans (rencana)**

Rencana adalah langkah-langkah atau strategi yang diambil untuk mencapai tujuan komunikasi. Dalam penelitian ini, KPU Kabupaten Batang perlu merencanakan pesan yang akan disampaikan, dengan mempertimbangkan karakteristik khalayak, yaitu pemilih pemula. Rencana ini juga mencakup pemilihan media yang tepat, seperti media sosial dan sosialisasi tatap muka, untuk memastikan pesan dapat disampaikan secara efektif.

4. **Actions (tindakan)**

Merujuk pada pelaksanaan dari rencana yang telah disusun. Dalam hal ini, KPU Kabupaten Batang melakukan berbagai bentuk komunikasi, seperti penyampaian pesan melalui media sosial, tatap muka, dan saluran komunikasi lainnya yang dipilih berdasarkan karakteristik khalayak. Tindakan yang diambil oleh komunikator memiliki

pengaruh besar terhadap keberhasilan komunikasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan

2.4 Profil Instansi

Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang adalah lembaga yang bertanggung jawab untuk menyelenggarakan Pemilu di tingkat Kabupaten Batang, Jawa Tengah dan berada di bawah koordinasi Komisi Pemilihan Republik Indonesia (KPU RI). KPU Kabupaten Batang memiliki peran penting dalam proses penyelenggaraan Pemilu dan Pemilihan dengan wilayah kerja mencakup seluruh Kabupaten Batang, yang terdiri dari 15 Kecamatan dan 248 Desa/Kelurahan. Wilayah tersebut dibagi menjadi lima Daerah Pemilihan (Dapil) yang masing - masing memiliki tanggung jawab mengelola pemilu dalam pelaksanaan tahapan Pemilu (KPU Batang, 2025).

Kantor Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang berlokasi di Komplek Pemerintahan Kabupaten Batang di Jalan RA Kartini No. 12, Bogoran, Kauman, Kec. Batang, Kabupaten Batang, Jawa Tengah 51216

Sebagai lembaga negara, KPU memiliki kewajiban besar untuk memastikan bahwa Pemilu dilaksanakan dengan prinsip demokrasi yang sesuai dengan UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu. Pemilu sebagai sarana untuk mewujudkan kehendak rakyat langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil berdasarkan nilai - nilai Pancasila dan UUD 1945. Selain mengatur proses teknis Pemilu, KPU juga memiliki tanggung jawab besar dalam

meningkatkan seluruh partisipasi masyarakat, terutama pemilih pemula agar mereka dapat menggunakan hak pilihnya dengan bijak.

Dalam rangka mendukung pelaksanaan Pemilu yang efektif dan efisien, KPU Kabupaten Batang membentuk Badan Ad Hoc, yang terdiri dari Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) di tingkat Kecamatan, Panitia Pemungutan Suara (PPS) di tingkat Desa/Kelurahan dan Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) di tingkat RT/RW. KPU Kabupaten Batang juga memberikan dukungan teknis dalam memastikan kelancaran proses pemilihan, memfasilitasi komunikasi dan informasi transparan kepada publik. Hal ini bertujuan untuk menjaga integritas dan kredibilitas Pemilu, sehingga seluruh tahapan berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku. KPU Kabupaten Batang terus berupaya dalam mewujudkan Pemilu sesuai dengan Visi dan Misi yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

2.4.1 Visi dan Misi

Visi

Menjadi Penyelenggara Pemilu Umum yang Mandiri, Professional, Berintegrasi untuk terwujudnya Pemilu yang LUBER dan JURDIL.

Misi

1. Meningkatkan kualitas penyelenggara Pemilu yang efektif dan efisien, transparansi, akuntabel serta aksesibel
2. Meningkatkan integritas, kemandirian, kompetensi dan profesionalisme penyelenggara Pemilu dengan mengukuhkan *code of conduct* penyelenggara Pemilu
3. Menyusun regulasi di bidang Pemilu yang memberikan kepastian hukum, progresif dan partisipatif
4. Meningkatkan kualitas pelayanan Pemilu untuk seluruh pemangku kepentingan
5. Meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilih dalam memilih, pemilih berdaulat Negara kuat, dan
6. Mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam penyelenggara Pemilu

2.4.2 Struktur Organisasi KPU Kabupaten Batang



Sumber : Website KPU Kabupaten Batang, 2023

Gambar 2.1 Struktur Organisasi KPU Kabupaten Batang

Struktur organisasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang terdiri dari dua unsur yaitu Anggota Komisioner dan Sekretariat. Komisioner terdiri dari lima anggota, salah satunya menjabat sebagai ketua yang bertanggung jawab atas operasional keseluruhan KPU. Selain memimpin, ketua juga memegang Divisi Umum, Rumah Tangga, Perencanaan, Keuangan dan Logistik. Kemudian empat anggota KPU lainnya memiliki fokus di bidang masing - masing, yaitu Divisi Teknik Penyelenggaraan, Divisi Perencanaan, Data dan Informasi, Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM serta Divisi Hukum dan Pengawasan. Anggota Komisioner berwenang terkait pembuatan dan pengambilan kebijakan untuk mendukung kelancaran penyelenggara Pemilu di tingkat Kabupaten. Selain Komisioner, KPU Kabupaten Batang memiliki Sekretariat yang dipimpin oleh Sekretaris yang bertugas membantu secara administrasi dan teknis terhadap kebijakan yang sudah dibuat oleh komisioner. Sekretaris bertanggung jawab atas urusan administrasi dan operasional internal KPU serta memimpin empat Kepala Subbagian yang meliputi Subbagian Keuangan Umum dan Logistik, Subbagian Teknis Penyelenggara Pemilu dan Partisipasi Hubungan Masyarakat, Subbagian Hukum dan Sumber Daya Manusia serta Subbagian Perencanaan, Data dan Informasi. Kepala Subbagian bertugas sebagai penghubung antara staf dan sekretaris untuk menangani terkait tugas - tugas yang spesifik sesuai dengan bidang

masing - masing. Adanya struktur yang terorganisir dengan jelas, KPU Kabupaten Batang dapat menjalankan tugasnya secara efektif.

2.4.3 *Job Description* KPU Kabupaten Batang

Berikut adalah uraian tugas dari KPU Kabupaten Batang :

1. Anggota KPU Kabupaten Batang

Anggota KPU Kabupaten Batang terdiri dari lima divisi yang masing - masing memiliki mitra kerja subbagian di sekretariat KPU Kabupaten Batang. Adapun divisi - divisi tersebut, antara lain :

a. Divisi Umum, Rumah Tangga, Perencanaan, Keuangan dan Logistik

Mempunyai tugas untuk mengkoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, mantau, melakukan supervisi, evaluasi terkait kebijakan administrasi perkantoran, rumah tangga dan kearsipan, protokol dan persidangan, pengelolaan Barang Milik Negara, pelaporan keuangan, pengusulan peresmian dan pelaksanaan sumpah/janji anggota DPRD, serta perencanaan pengadaan dan distribusi logistik Pemilu dan Pemilihan.

b. Divisi Teknik Penyelenggaraan

Mempunyai tugas untuk mengkoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, mantau, melakukan supervisi, evaluasi terkait kebijakan terkait dengan pengusulan daerah pemilihan dan alokasi kursi, verifikasi partai politik dan

anggota DPD, pencalonan Peserta pemilu dan Pemilihan, pemungutan, perhitungan suara, rekapitulasi hasil perhitungan suara, penetapan hasil dan pendokumentasian hasil pemilu dan Pemilihan, pelaporan dana kampanye, serta penggantian antar waktu anggota DPRD Kabupaten Batang

c. Divisi Perencanaan, Data dan Informasi

Mempunyai tugas untuk mengkoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, memantau, melakukan supervisi, evaluasi terkait kebijakan penjabaran program dan anggaran, evaluasi, penelitian dan pengkajian kepemiluan, monitoring, evaluasi, dan pengendalian program dan anggaran, pemutakhiran dan pemeliharaan data pemilih, sistem informasi yang berkaitan dengan tahapan Pemilu, pengelolaan aplikasi dan jaringan teknologi informasi dan pengelolaan serta penyajian data hasil Pemilu nasional.

d. Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM

Mempunyai tugas untuk mengkoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, memantau, melakukan supervisi, evaluasi terkait kebijakan sosialisasi kepemiluan, partisipasi masyarakat dan pendidikan pemilih, publikasi dan kehumasan, kampanye Pemilu dan Pemilihan, kerja sama antar lembaga, pengelolaan dan penyediaan informasi publik,

rekrutmen anggota PPK, PPS, KPPS, pembinaan etika dan evaluasi kinerja sumber daya manusia, pengembangan budaya kerja dan disiplin organisasi, pendidikan dan pelatihan pengembangan kepemiluan dan pengelolaan serta pembinaan sumber daya manusia.

e. Divisi Hukum dan Pengawasan

Mempunyai tugas untuk mengkoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, memantau, melakukan supervisi, evaluasi terkait kebijakan penyusunan rancangan keputusan KPU Kabupaten Batang, telaah hukum dan advokasi hukum, dokumentasi dan publikasi hukum, pengawasan dan pengendalian internal, penyelesaian sengketa proses tahapan Pemilu dan Pemilihan, serta non - tahapan Pemilu dan Pemilihan, serta penanganan pelanggaran administrasi, kode etik dan kode perilaku yang dilakukan oleh PPK, PPS, KPSS.

2. Sekretaris

Sekretaris mempunyai tanggung jawab untuk membantu penyusunan program dan anggaran Pemilu, memberikan dukungan teknis administratif, membantu pelaksanaan tugas KPU Kabupaten Batang dalam menyelenggarakan Pemilu, membantu pendistribusian perlengkapan penyelenggara Pemilu untuk anggota DPR, DPRD, Presiden dan Wakil Presiden, membantu perumusan dan penyusunan rancangan keputusan KPU Kabupaten

Batang, menyusun laporan penyelenggaraan kegiatan dan pertanggungjawaban KPU Kabupaten Batang, melaksanakan tugas lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang - undangan.

a. Subbagian Keuangan, Umum dan Logistik

Subbagian ini mempunyai tugas mengelola dan menyusun rencana keuangan, memberikan informasi terkini terkait pengelolaan keuangan KPU Kabupaten Batang, bertanggung jawab untuk mengalokasikan barang kebutuhan Pemilu, dan membuat laporannya, melakukan koordinasi dan subbagian lain.

b. Subbagian Teknis Penyelenggara Pemilu dan Partisipasi Hubungan Masyarakat

Subbagian ini mempunyai tugas menyusun dan mencari bahan draft pedoman dan petunjuk teknis pemngutan, perhitungan suara dan penetapan hasil pemilu, mengumpulkan bahan pertimbangan dan penerbitan informasi pemilu, menyusun draft tata cara pelaksanaan sosialisasi dan kampanye, mengidentifikasi bahan dan informasi pedoman teknis bina partisipasi, dan pelaksanaan pendidikan pemilih, memfasilitasi pemeliharaan data dan dokumentasi hasil pemilu serta publikasi, melakukan koordinasi dan subbagian lain.

c. Subbagian Hukum dan Sumber Daya Manusia

Subbagian ini mempunyai tugas mengelola bahan untuk advokasi dan konsultasi hukum penyelenggaraan Pemilu, mengelola evaluasi kegiatan verifikasi partai politik peserta Pemilu dan pelaporannya, menyusun dan mencari bahan dan permasalahan yang terjadi dalam rangka pemecahan masalah, melaksanakan inventarisasi peraturan perundang - undangan melakukan koordinasi dan subbagian lain.

d. Subbagian Perencanaan, Data dan Informasi

Subbagian ini mempunyai tugas merencanakan dan menyusun program anggaran, mengelola data dan informasi terkait prose pemilu serta mengumpulkan dan mengolah bahan rencana setiap program tahapan Pemilu, melakukan koordinasi dan subbagian lain.

2.4.4 Budaya Organisasi KPU Kabupaten Batang

Budaya kerja di Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Batang mencerminkan nilai - nilai, sikap dan perilaku yang diterapkan dalam setiap aspek operasional lembaga tersebut. Sebagai penyelenggara Pemilu KPU memiliki budaya kerja “KPU Melayani” yang berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang jujur, adil, akuntabel, cepat, tepat, bersih tanpa biaya dan menyenangkan. Nilai - Nilai yang mendasari seluruh aktivitas KPU Kabupaten Batang dalam menegaskan pentingnya kualitas pelayanan yang baik kepada stakeholder maupun seluruh

masyarakat. Upaya mencapai transparansi dan akuntabilitas di era digital ini KPU Kabupaten Batang menetapkan pelayanan publik sebagai prioritas utama dengan menyediakan kemudahan akses informasi dan transparansi yang jelas serta terbuka mengenai proses pemilihan di platform media sosial agar dapat diakses dimanapun dan kapan saja. Dengan demikian budaya kerja di Kabupaten Batang bertujuan menciptakan Pemilu dengan sikap netral dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan prinsip - prinsip demokrasi dan harapan meningkatkannya kepercayaan publik terhadap penyelenggara Pemilu.