

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Sosialisasi pemilihan umum oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) merupakan tanggung jawabnya sesuai dengan peraturan KPU nomor 10 tahun 2018 tentang sosialisasi, pendidikan pemilih dan partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pemilihan umum (Pemilu). Pada pasal 1 point 24 yang lebih jelas menerangkan bahwa sosialisasi pemilu adalah proses penyampaian informasi tentang tahapan dan program penyelenggaraan pemilu.

Tidak hanya itu saja Komisi Pemilihan Umum (KPU) juga bertanggung jawab untuk dapat memberikan pendidikan pemilih sesuai dengan pasal 1 point 25 yang menjelaskan pendidikan pemilih adalah proses penyampaian informasi kepada pemilih untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan kesadaran pemilih tentang pemilu. Salah satu sarannya adalah pemilih pemula yang pelaksanaannya dapat menggunakan metode yang beragam diantaranya komunikasi tatap muka, media massa dan bentuk lain yang memudahkan masyarakat untuk dapat menerima informasi pemilu dengan baik.

Sosialisasi dan pendidikan (edukasi) pemilih merupakan proses pembentukan sikap dan orientasi pada masyarakat, yang prosesnya dapat berlangsung seumur hidup baik dengan sengaja di dapat melalui pendidikan formal, non formal, dan informal serta ada pula secara tidak sengaja dengan melalui kontak dan pengalaman sehari-hari baik dalam kehidupan keluarga, tetangga maupun kehidupan bermasyarakat.

Pelaksanaan sosialisasi dan edukasi tersebut tentu sangat diperlukan proses komunikasi, komunikasi adalah salah satu kegiatan sehari-hari yang benar-benar terhubung dengan semua kehidupan kemanusiaan, sehingga kadang-kadang kita mengabaikan penyebaran, kepentingan, dan kerumitannya. Padahal setiap aspek kehidupan kita dipengaruhi oleh komunikasi kita dengan orang lain, seperti penyampaian dan penerimaan pesan dari orang yang jauh maupun dekat.

Pesan merupakan inti dari komunikasi yang menuangkan informasi, ide, gagasan, maksud serta tujuan untuk mempengaruhi para penerima pesan dengan melalui lisan maupun tulisan, di dalam pesan memiliki makna dan tanda tersendiri guna dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Seperti contohnya, jika anda menyampaikan sebuah pidato, maka pendengar memperhatikan pada kata-kata yang anda pilih, tata bahasa, intonasi, gerak tubuh, kontak mata, serta cara anda menempatkan diri dengan pendengar.

Pesan yang memuat informasi dan pengaruh biasanya dikaitkan dengan keberadaan dan keterlibatan masyarakat untuk mencapai sebuah tujuan yang lebih luas dan berkembang. Masyarakat menurut Paul B. Horton dan Chester L. Hunt dalam buku Littlejohn (2009) adalah kumpulan manusia yang relatif mandiri, hidup bersama dalam waktu yang relatif lama, tinggal di suatu wilayah tertentu, mempunyai kebudayaan yang sama, serta melakukan sebagian besar kegiatan di dalam kelompok tersebut. Berlandaskan hal tersebut cukup relevan jika dikaitkan dengan penelitian Lazarsfeld yang menerangkan bagaimana informasi dan pengaruh disebarkan di masyarakat. Lazarsfeld menyatakan bahwa informasi mengalir dari media massa ke pemimpin-pemimpin opini tertentu dalam komunitas, yang akan memberikan informasinya dengan berbicara pada rekan-rekannya sehingga isi dan pengaruh dalam pesan dapat di terima dengan baik dan luas. (Littlejohn, 2009)

Media massa merupakan alat untuk menunjang terjalinannya komunikasi yang lebih luas atau umum dengan khalayak yang heterogen, seperti yang didefinisikan oleh Jalaludin Rakhmat dalam buku yang berjudul “Sosiologi Komunikasi Massa”, komunikasi massa ialah salah satu dari jenis komunikasi yang ditujukan kepada beberapa khalayak yang disebarkan melalui media cetak, majalah, surat kabar, elektronik, televisi maupun radio. Karena pesan tersebut disampaikan melalui beragam media, maka pesan dapat diterima dengan serentak serta sesaat.

Efektifitas pelaksanaan sosialisasi melalui media massa dalam menyampaikan informasi dan komunikasi terbilang sangat tepat, hal itu di nilai dari tingginya kebutuhan masyarakat akan informasi dan edukasi. Dalam upaya melengkapi kebutuhan tersebut, masyarakat lebih dominan mencari informasi dan edukasi dengan menggunakan media massa seperti media cetak, media elektronik dan media online. Dengan keberagaman media massa itu juga, salah satunya yang paling massif dipergunakan masyarakat saat ini ialah media online hal ini dikarenakan media online cenderung lebih memudahkan penggunaannya dalam memberi maupun mencari informasi, edukasi dan komunikasi.

Bahkan tidak hanya itu, media online memiliki keunggulan yang beragam seperti akses koneksi yang mudah dan luas, biaya pemakaian yang relatif murah, dan banyak fitur yang dapat memuaskan pengguna seperti tayangan hiburan maupun permainan online, sehingga pilihan dalam penggunaan media massa dalam penyebaran dan pencarian informasi, edukasi serta komunikasi terdominasi saat ini ialah melalui media online.

Pemilihan media juga merupakan salah satu strategi dalam berkomunikasi terhadap khalayak atau masyarakat umum guna mencapai sebuah tujuan, hal demikian juga dimanfaatkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) yang memilih media online dengan aplikasi media sosial instagram sebagai salah satu sarana pelaksanaan sosialisasi dan pendidikan pemilih sejak tahun 2018 yang setidaknya telah mengunggah beragam informasi dan membangun komunikasi kepada khalayak.

Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia pada saat ini, menurut data We Are Sosial, pengguna aktif bulanan instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022. Indonesia memiliki 99,9 juta pengguna aktif bulanan pada April 2022, jumlah itu merupakan yang terbesar keempat

didunia dengan kategori usia pada penggunaannya 31,6% kelompok 25-34 tahun, 30,1% 17-24 tahun. (DataIndonesia.id, 2022)

Tugas dan fungsi Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk mewujudkan pemilihan umum yang langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Menurut Hendra Alfani dalam jurnal massa, secara umum dapat digambarkan peranan Komisi Pemilihan Umum (KPU) yakni mengadakan sosialisasi dan pendidikan pemilih secara proporsional yang mampu membangun kerja sama dan kordinasi yang harmonis terhadap desk pemilu serta membangun kesadaran politik masyarakat dengan tetap konsisten akan pelaksanaan regulasi sehingga Komisi Pemilihan Umum (KPU) dapat menempatkan dirinya secara netral.

Membangun kesadaran politik masyarakat juga dapat dijadikan salah satu upaya dalam meningkatkan partisipasi pemilih di pemilu, partisipasi pemilih ini salah satu petunjuk keberhasilan Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam menyelenggarakan pemilu semakin tinggi jumlah partisipasi pemilih dalam pemilu dinilai semakin baik dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Partisipasi pemilih dalam pemilu merupakan hal yang harus diberikan perhatian yang serius oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), dengan melalui pelaksanaan sosialisasi dan pendidikan pemilih diharapkan dapat menuntaskan permasalahan dan faktor penghambat yang sering kali terjadi yang bisa memberikan beragam dampak negatif salah satunya kemerosotan jumlah angka partisipasi pemilih dalam pemilu.

Berkaca pada pemilihan umum kepala daerah (Pemilukada) Kabupaten OKU tahun 2015, jumlah angka partisipasi pemilih sebesar 72,89% ([www.kpu.go.id](http://www.kpu.go.id)) dari jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang ditetapkan sebanyak 259.047 (antarasumsel, 2015). Dan pada pemilukada tahun 2020 sebelumnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menargetkan tingkat partisipasi pemilih dapat mencapai 79% namun hasilnya partisipasi pemilih dalam pemilukada Kabupaten OKU tahun 2020 hanya mencapai

sebesar 71,35% dari jumlah DPT sebanyak 257.188 (detiksumsel, 2020). Terjadinya fakta degradasi jumlah angka partisipasi pemilih diduga adanya beberapa faktor penghambat yang salah satunya terdapat di kelompok pemilih pemula.

Kategori pemilih pemula dalam PKPU No. 11 Tahun 2018 dijelaskan, pemilih pemula adalah warga negara yang baru pertama kali akan menggunakan hak pilihnya di dalam kegiatan pemilu. Mereka bisa berasal dari warga negara Indonesia yang genap berumur 17 tahun atau lebih pada hari pemungutan suara dan disandingkan dengan daftar pemilih tetap pemilu atau pemilihan terakhir yang dimutakhirkan secara berkelanjutan yang meliputi, pemilih yang genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih pada hari pemungutan suara dan pemilih yang telah berubah status dari status anggota Tentara Nasional Indonesia atau Kepolisian Negara Republik Indonesia menjadi status sipil.

Pemilih pemula ini merupakan generasi baru pemilih yang memiliki sifat dan karakter yang cenderung fasih dalam menggunakan teknologi canggih seperti sekarang ini selain itu juga mereka sangat terbuka untuk mempelajari hal-hal baru, kritis dan juga mandiri. (Sukma and Wardhani 2018)

Namun disela-sela itu fenomena yang terjadi saat ini adanya faktor penghambat bagi kelompok pemilih pemula dalam berpartisipasi politik di pemilu, seperti yang ditulis dalam penelitian Sukma dan Wardhani (2018:62), yaitu kesibukan kegiatan sehari-hari, perasaan tidak mampu yang dalam hal ini diketahui kurangnya pengetahuan dan pengalaman tentang kegiatan politik dan pemilu, dan larangan dari pihak keluarga.

Akan hal tersebut diatas dikhawatirkan dapat berdampak terhadap jumlah partisipasi pemilih pemula sehingga terjadinya kemerosotan angka partisipasi pemilih (golongan putih) dalam pemilu. Kemerosotan angka partisipasi pemilu yang telah terjadi pada pemilu legislatif tahun 2004, dari sekitar 147 juta pemilih yang terdaftar,

23,37% tidak menggunakan hak pilih atau dikenal dengan istilah golongan putih (golput). (Sulistiyo and Suwartiningsih 2018)

Oleh karena itu, dalam sosialisasi dan pendidikan pemilih dalam pemilu Komisi Pemilihan Umum (KPU) membutuhkan strategi komunikasi yang baik dengan pemilih pemula ataupun masyarakat umum, agar dapat meningkatkan angka partisipasi pemilih dalam pemilu. Karena partisipasi pemilih dalam pemilu juga dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam menyelenggarakan pemilu.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) Dalam Mengedukasi Pemilih Pemula Melalui Media Sosial Instagram Pada Pemilu Tahun 2020. Karena dengan strategi yang baik, terstruktur dan sistematis dapat membangun kesadaran politik bagi pemilih pemula sehingga dapat berpartisipasi dengan aktif dan memberikan kontribusi besarnya dalam menentukan arah masa depan bangsa dan negara melalui pemilihan umum serta menyelesaikan masalah golput yang selalu muncul dalam pemilu.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten OKU dalam mengedukasi pemilih pemula melalui media sosial instagram pada pemilu tahun 2020.”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian adalah “Untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten OKU dalam mengedukasi pemilih pemula melalui media sosial instagram pada pemilu tahun 2020.”

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai teori perencanaan dari Charles Berger yang dalam hal ini digunakan untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam mengedukasi pemilih pemula melalui media sosial instagram pada pemilukada tahun 2020.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

#### **1. Bagi Penyelenggara Pemilihan Umum**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan kemampuan penyelenggara pemilu dalam melakukan pendidikan politik pemilu bagi pemilih pemula.

#### **2. Bagi Peneliti**

Peneliti mendapatkan pemahaman mengenai strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten OKU dalam mengedukasi pemilih pemula dengan menggunakan teori perencanaan.