

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tahun 2024 menjadi tahun bersejarah dalam pelaksanaan demokrasi di Indonesia. Pernyataan ini sesungguhnya tidak sepenuhnya salah, mengingat tahun ini bangsa Indonesia pertama kalinya menyelenggarakan pesta demokrasi secara serentak, baik untuk penyelenggaraan Pemilihan Umum maupun Pemilihan Kepala Daerah, baik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati serta Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota di tahun yang sama secara serentak di seluruh Indonesia. Hajatan besar yang dilaksanakan setiap lima tahun sekali ini memberikan kesempatan kepada warga negara untuk menyalurkan aspirasinya dalam menentukan arah jalannya pemerintahan untuk lima tahun kedepan. Pemilihan Umum yang selanjutnya disebut Pemilu, serta Pemilihan Kepala Daerah yang selanjutnya disebut Pilkada, merupakan salah satu ciri dari sistem pemerintahan demokrasi yang dianut oleh Indonesia. Penyelenggaraan pemilihan kepala daerah serentak Tahun 2024 yang dilaksanakan pada 27 November 2024 dengan melibatkan seluruh daerah yang masa jabatan kepala daerahnya berakhir pada periode 2022 sd 2024 merupakan puncak dari tahapan keserentakan pemilihan di Indonesia yang dimulai sejak tahun 2015.

Penyelenggaraan Pemilu dan Pemilihan di Indonesia merupakan tugas dan tanggung jawab dari Komisi Pemilihan Umum (KPU). Sebagaimana amanat dalam Undang - undang Nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, menyebutkan bahwa “untuk meningkatkan penyelenggaraan pemilihan umum yang dapat menjamin pelaksanaan hak politik masyarakat dibutuhkan pemilihan umum yang profesional, serta mempunyai integritas, kapabilitas dan akuntabilitas melalui Komisi Pemilihan Umum, sehingga dalam implementasinya dapat mewujudkan partisipasi masyarakat untuk

mendukung terlaksananya pemilihan umum yang bersih, jujur dan adil sesuai dengan spirit demokrasi dan kearifan lokal di Indonesia”. Dalam Undang-Undang tersebut juga disebutkan bahwa “Komisi Pemilihan Umum menyelenggarakan sosialisasi penyelenggaraan Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota atau berkaitan dengan tugas dan wewenang Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota kepada masyarakat”. Komisi Pemilihan Umum sebagai lembaga Negara yang mendapat mandat dari Undang-Undang Dasar 1945 mempunyai tanggung jawab untuk menyelenggarakan pendidikan pemilih guna menuntun masyarakat menjadi pemilih yang sukarela, mandiri, rasional dan cerdas maka mereka perlu diberi pengetahuan dan ditumbuhkan kesadaran politiknya (Jain et al., 2017).

Tahapan Sosialisasi merupakan salah satu tahapan penting dalam pemilihan, karena hal ini dapat meningkatkan partisipasi pemilih dalam pelaksanaan Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Surakarta Tahun 2024. Sosialisasi merupakan proses penyampaian informasi pemilihan yang sangat diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan kesadaran pemilih tentang pemilihan secara berkelanjutan dan berkesinambungan. Komisi Pemilihan Umum Kota Surakarta sebagai badan penyelenggara di tingkat Kota Surakarta memiliki tugas, wewenang dan kewajiban melaksanakan sosialisasi penyelenggaraan Pemilihan kepada masyarakat. Tujuan sosialisasi dan pendidikan pemilih diantaranya menyampaikan informasi pemilihan, memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai proses dan tata cara teknis penyelenggaraan pemilihan serta meningkatkan penggunaan hak pilih dalam pemilihan.

Keberadaan Bagian Hubungan Masyarakat dalam sebuah institusi publik, khususnya lembaga penyelenggara pemilu seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU), merupakan instrumen vital yang tidak dapat dipisahkan dari keberhasilan pencapaian tujuan organisasi. Humas berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara institusi dengan masyarakat guna menciptakan kesepahaman dan dukungan publik. Menurut Ruslan (2012), peranan utama

public relations adalah sebagai komunikator atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya, serta berfungsi membina hubungan positif yang saling menguntungkan. Dalam konteks humas pada Komisi Pemilihan Umum, ia memegang tanggung jawab moral dan administratif untuk memastikan setiap tahapan pemilu terdiseminasi dengan baik, mengingat hak suara masyarakat adalah pondasi dari demokrasi itu sendiri. Tantangan utama yang dihadapi oleh Komisi Pemilihan Umum bukan sekadar menyampaikan data, melainkan bagaimana pesan tersebut dapat diterima dan menggerakkan masyarakat. Oleh karena itu, Humas perlu merancang strategi komunikasi yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat yang memiliki latar belakang pendidikan dan sosial yang beragam. Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Sebagaimana ditegaskan oleh Cangara (2014), strategi komunikasi merupakan kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, hingga penerima yang dirancang untuk mencapai efek yang diinginkan. Tanpa strategi yang matang, pesan mengenai tata cara pencoblosan atau visi-misi kandidat hanya akan menjadi informasi yang tidak dianggap dan tidak berdampak pada kehadiran pemilih di Tempat Pemungutan Suara (TPS).

Dalam pelaksanaan Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Surakarta Tahun 2024, KPU Kota Surakarta telah menunjukkan keaktifannya melalui berbagai kanal sosialisasi. KPU Kota Surakarta tidak hanya terpaku pada metode konvensional, tetapi juga merambah ke ranah digital dan interaksi langsung. Beberapa contoh nyata kegiatan sosialisasi yang dilakukan meliputi : (1) Program KPU Goes to Campus/School. Sosialisasi intensif yang menasar pemilih pemula di sekolah menengah dan universitas di Surakarta. Dan pendidikan pemilih melalui program pendidikan P5 baik di SMP maupun SMA untuk memberikan pemahaman dasar mengenai demokrasi. (2) Pemanfaatan Media Sosial Kreatif: Penggunaan Instagram dan TikTok untuk membagikan konten informatif mengenai jadwal Pilkada,

pengenalan pasangan calon, hingga simulasi pencoblosan dengan visual yang menarik. (3) Sosialisasi Berbasis Budaya dan Komunitas. Melibatkan tokoh masyarakat dan komunitas lokal dalam kegiatan seperti "Jalan Sehat Pilkada" dengan memanfaatkan kerumunan publik di acara Car Free Day atau sosialisasi di pasar-pasar tradisional yang menjadi ciri khas denyut nadi Kota Surakarta maupun Sholawat dan Doa Bersama Habib Syech Bin Abdul Qodir Assegaf. (4) Debat Publik yang Interaktif. Penyelenggaraan debat paslon yang disiarkan secara luas melalui media televisi lokal dan platform *streaming* untuk memberikan referensi politik kepada warga. (5) Kegiatan sosialisasi lainnya seperti berbasis organisasi, segmentasi marginal dan disabilitas serta Sosialisasi kepada Warga Binaan Rutan Klas 1.

Secara objektif, upaya sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kota Surakarta dapat dinilai sudah cukup baik namun belum sepenuhnya optimal. Di satu sisi, KPU Kota Surakarta sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya keterlibatan (*engagement*) masyarakat di media sosial dan keberhasilan mereka dalam melibatkan pemilih muda yang merupakan basis pemilih terbesar. Keberanian KPU untuk keluar dari pola sosialisasi konvensional menuju konten yang lebih visual patut diapresiasi karena membuat informasi pemilu tidak lagi terkesan kaku. Namun, disisi lain, masih terdapat beberapa catatan penting. Berdasarkan data lapangan, partisipasi pemilih pada Pilkada serentak 2024 di beberapa wilayah, termasuk Surakarta, sempat menunjukkan tren tantangan yang cukup berat, seperti munculnya potensi sikap apatis di kalangan masyarakat tertentu akibat jenuh dengan dinamika politik. Fitriani dkk. (2025) mencatat bahwa meskipun strategi digital masif, kelompok marjinal dan masyarakat lanjut usia seringkali luput dari jangkauan karena keterbatasan akses teknologi. Oleh karena itu, alasan mengapa sosialisasi ini dianggap belum sempurna adalah karena adanya jarak komunikasi antara pemilih melek digital dan pemilih tradisional, serta masih adanya tantangan dalam mengatasi penyebaran hoaks yang sering kali lebih cepat daripada klarifikasi resmi dari lembaga.

KPU Kota Surakarta berhasil meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Surakarta Tahun 2024 dibanding dengan Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Surakarta Tahun 2020. Partisipasi pemilih Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Surakarta Tahun 2024 sebesar 73,73% mengalami peningkatan sebesar 3,21% dibandingkan dengan tingkat partisipasi masyarakat pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Surakarta Tahun 2020 sebesar 70,52%. (Sumber : Anggota KPU Kota Surakarta Divisi Sosialisasi Pendidikan Pemilih Partisipasi Masyarakat dan Sumber Daya Manusia, Yuli Yulianingrum).

Berdasarkan pada uraian yang telah disampaikan di atas maka peneliti tertarik untuk menganalisis Strategi Komunikasi KPU Kota Surakarta dalam rangka menjaga partisipasi pemilih pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Surakarta Tahun 2024”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, agar lebih jelas dan terarahnya pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu:

“Bagaimana Strategi Komunikasi yang diterapkan KPU Kota Surakarta dalam rangka menjaga partisipasi pemilih pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Surakarta Tahun 2024?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan KPU Kota Surakarta dalam rangka menjaga partisipasi pemilih pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Surakarta Tahun 2024.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis, Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi Divisi Partisipasi Hubungan Masyarakat dalam rangka menjaga partisipasi pemilih Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian dengan tema sejenis.
2. Manfaat Praktis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi KPU Kota Surakarta dalam merancang strategi sosialisasi yang lebih efektif, khususnya dalam menghadapi dinamika Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota di masa depan.

