



## **Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum dalam sosialisasi Pemilu Tahun 2024 di Kota Mataram**

### ***General Election Commission Communication Strategy in socializing the 2024 Election in Mataram City***

**Anton Tasijawa**

Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

Email: [antontasijawa1999@gmail.com](mailto:antontasijawa1999@gmail.com)

---

#### **Article Info**

##### Article history :

Received : 04-05-2024

Revised : 06-05-2024

Accepted : 08-05-2024

Published : 10-05-2024

#### **Abstract**

*Communication strategy is the best combination starting from communicator, message, channel, recipient to influence (effect) designed to achieve effective communication goals Cangara (2013: 61). The role of the Mataram City General Election Commission in socializing the 2024 general election is very much needed so that the public better understands the importance of exercising their right to vote. The communication strategies used so far have not had a significant impact in suppressing people who do not use their right to vote, considering that there are still many people who do not use their right to vote and this tends to increase from year to year. Based on the problems raised, the research plan that the researcher will carry out is to include opportunities to find the data needed by the researcher, the KPU communication strategy in socializing the election of president and vice president with data from the Mataram City KPU which will later be described by the researcher. If viewed from this type of research, it is field research where data is obtained from the field. Therefore, researchers use descriptive qualitative methods, which use informants as sources of information for researchers. Based on the analysis and discussion regarding the General Election Commission's communication strategy in socializing the 2024 election in Mataram City, the results of research on the KPU's communication strategy in socializing used three strategies, first face to face, second through print and electronic mass media, and third in collaboration with mass organizations. or student organizations. 10. Supporting and inhibiting factors for the KPU's communication strategy a. Several factors that support the progress of socialization include; government regulations both from laws and KPU regulations (PKPU). Apart from that, the Mataram City KPU as a government agency is also a supporting factor because it has credibility and trust by the public. b. The inhibiting factor for communication is that the vast area of Mataram City with a limited number of human resources makes it difficult for the Mataram City KPU to disseminate information, especially for rural communities who need direct face-to-face communication. c. Implications of the KPU's communication strategy. The implication of the results of this research is that the KPU's communication strategy in conducting outreach has an influence on increasing community participation. So there is a good relationship between the KPU's strategy and the effectiveness of public participation in the 2024 elections in Mataram City*



---

*which can create good communication and achieve the target of the Indonesian KPU, namely 82%.*

**Keywords :** *Communication Strategy, General Election Commission*

---

### **Abstrak**

Strategi komunikasi merupakan kombinasi terbaik mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif Cangara (2013: 61). Peranan Komisi Pemilihan Umum Kota Mataram dalam sosialisasi pemilihan umum tahun 2024 sangat dibutuhkan agar masyarakat lebih memahami pentingnya menggunakan hak pilih. Strategi komunikasi yang digunakan selama ini belum berdampak signifikan untuk menekan angka masyarakat yang tidak menggunakan hak pilihnya, mengingat masih banyaknya masyarakat yang tidak menggunakan hak pilihnya dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan maka rancangan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni terjemah lapangan untuk mencari data yang diperlukan oleh peneliti, strategi komunikasi KPU dalam mensosialisasikan pemilihan presiden dan wakil presiden dengan data KPU Kota Mataram yang nantinya akan dideskripsikan oleh peneliti. Jika ditinjau dari jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang dimana data yang diperoleh dari lapangan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, yang menggunakan informan untuk menjadikan sumber informasi peneliti. Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum dalam sosialisasi pemilu tahun 2024 di Kota Mataram diperoleh hasil penelitian Strategi komunikasi KPU dalam sosialisasi yang digunakan ada 3 strategi yang diterapkan, pertama tatap muka, kedua melalui media massa cetak maupun elektronik, ketiga bekerjasama dengan ormas atau organisasi kemahasiswaan. 10. Faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi KPU a. Beberapa faktor yang menjadi pendukung berjalannya sosialisasi diantaranya adalah; regulasi pemerintah baik dari Undang-undang maupun Peraturan KPU (PKPU). Selain itu KPU Kota Mataram sebagai instansi milik pemerintah juga menjadi faktor pendukung karena memiliki kredibilitas dan kepercayaan oleh masyarakat. b. Adapun faktor penghambat komunikasi adalah luasnya daerah kota Mataram dengan jumlah SDM yang terbatas membuat KPU Kota Mataram kesulitan untuk menyebarkan informasi khususnya bagi masyarakat pedesaan yang memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung. c. Implikasi strategi komunikasi KPU. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi KPU dalam melakukan sosialisasi memiliki pengaruh terhadap peningkatan partisipasi masyarakat. Sehingga terdapat hubungan baik antara strategi KPU dengan efektifitasnya partisipasi masyarakat di pemilu tahun 2024 di Kota Mataram dapat menciptakan komunikasi yang baik dan mencapai target dari KPU RI yakni 82%.

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi , Komisi Pemilihan Umum

### **PENDAHULUAN**

Komunikasi merupakan suatu hal penting dalam kehidupan bersosial, melalui komunikasi manusia dapat mempengaruhi dan mengubah sikap orang lain dalam mengambil keputusan sebagai anggota kelompok. Komunikasi sebagai alat yang digunakan oleh manusia untuk berinteraksi dengan orang lain, kegiatan komunikasi sendiri tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari, melalui komunikasi seseorang akan bisa mencapai tujuan sesuai dengan apa yang diinginkan. Selain itu dengan komunikasi manusia akan bisa mengaktualisasikan diri di lingkungan sekitarnya. Pada era modern ini, tingkat perkembangan komunikasi semakin canggih, seseorang tidak harus bertemu



secara langsung (face to face) dengan orang lain untuk berkomunikasi, cukup dengan membuka Hand Phone lalu menuliskan pesan yang akan disampaikan maka proses komunikasi akan berlangsung. Media komunikasipun bermacam-macam melalui dari media cetak seperti, koran, majalah, poster hingga media elektronik berupa televisi, radio dan lain sebagainya. Sosialisasi yang baik tentunya dilakukan dengan menentukan strategi komunikasi, packaging pesan yang dibuat semenarik mungkin dan pemilihan saluran (media) juga mempengaruhi sejauh mana informasi yang disampaikan mampu mempersuasi dan menngedukasi masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya, karena partisipasi masyarakat berkaitan erat dengan keberhasilan pemilu.

Partisipasi masyarakat dalam pemilu sering juga disebut dengan partisipasi politik yang dilaksanakan oleh setiap warga Negara yang telah memiliki hak dalam Negara demokrasi partisipasi politik merupakan hal yang dapat mempengaruhi demokrasi, sebagaimana dipaparkan oleh Verba dan Nie bahwa partisipasi politik sebagai landasan dari jantung demokrasi. Sementara itu, dilain sisi Helender mengungkapkan bahwa partisipasi politik merupakan persyaratan utama dalam sebuah Negara demokrasi serta dipertegaskan oleh Sylvester yang menyatakan bahwa demokrasi tidak akan bermakna apa-apa dan legitimasi tanpa ada partisipasi warga dalam proses demokrasi. Dengan kata lain tingginya partisipasi masyarakat dalam pemilu merupakan perwujudan dan kepercayaan masyarakat terhadap kepala Negara yang terpilih sebagai pemenang dalam pemilihan umum (Najmuddin.2015:193).

Pola sosialisasi tentunya diarahkan untuk mendongkrak partisipasi masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya, untuk itu KPU perlu memikirkan adanya suatu standar dan pola sosialisasi agar informasi tentang pelaksanaan pemilu ini benar-benar sampai kepada masyarakat luas, sehingga tidak lagi kesalahan informasi yang akan mencedrai proses pelaksanaan pemilu itu sendiri. Berkaca dari perolehan suara dari pelaksanaan pemilu di Kota Mataram Tahun 2019 telah renda jika dibandingkan dengan perolehan suara pada tahun 2014 lalu. Ada hal yang mendasar mengapa hal itu bisa terjadi salah satunya dilihat dari pelaksanaan kegiatan sosialisasi pemilu di tahun 2014 lebih variatif jika dibandingkan dengan tahun 2019, perbedaan pola sosialisasi dan komunikasi ini tentunya memiliki kontribusi terhadap peningkatan partisipasi masyarakat dalam pemilu. Tren menurunnya partisipasi masyarakat dalam pemilu 2014-2019 upaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya tentunya tidak terlepas dari peran yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum yang memegang peranan penting dengan memberikan pemberian informasi kepada masyarakat tentang pengetahuan politik Partisipasi merupakan hal terpenting dalam kehidupan bermasyarakat, karena dengan berpartisipasi, masyarakat bisa mengambil bagian dalam proses pemilihan baik secara langsung maupun tidak langsung. Di Kota Mataram partisipasi masyarakat dalam beberapa pemilihan umum terakhir yang tertinggi hanya mencapai 70% seperti pada table berikut

**Tabel 1 Partisipasi Pemilih di Kota Mataram pada pemilahan umum 2014-2019**

No	Tahun	Pemilih tetap	Jumlah Partisipasi	Persentase Prtisipasi
1	Pemilihan Umum 2014	1.144.014	782.715	70%
2	Pemilihan Umum 2019	1099.194	749.064	69%

Sumber: KPU Kota Mataram

Berdasarkan tabel di atas tingkat paerisipasi masyarakat di Kota Mataram dari dua pemilihan terakhir belum mencapai target yang ditentukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Mataram yaitu 80% pada tahun 2019 tingkat partisipasi masyarakat 70% dari total pemilihan tetap sedangkan dalam pemelihan presiden yang terjadi ditahun 2019 mengalami penurunan sebesar 69%. Artinya dalam dua pemilihan terakhir masih ada 30% masyarakat yang belum ikut berpartisipasi dalam pemilihan dan jumlah ini belum mencapai target yang ditentukan oleh KPU sebesar 80% masyarakat yang berpartisipasi dalam pemilihan umum. Partisipasi masyarakat (partisipasi politik) dalam pemilihan umum menjadi salah satu wujud kegiatan yang bertujuan untuk memberikan pengaruh terhadap pengemabilan keputusan politik. Pertisipasi masyarakat sebagai warga negara (pemilu) bukan sebagai politisi yang dipilih. Pemilihan umum Presiden langsung dengan proses demokrasi menjadikan rakyat sebagai pemilik legitimasi untuk berpartisipasi dalam proses politik yang dapat dilihat dari keikutsertaannya memberikan suara pada saat pemilihan berlangsung. Masyarakat dengan partisipasi politiknya menjadi salah satu faktor pendukung pelaksanaan pemilihan presiden dan wakil presiden, tingkat partisipasi masyarakat pada waktu pemilihan menjadi bagian dari tolak ukur idealnya sebuah demokrasi. Antusiasme masuyarakat untuk terlibat dalam partisipasi politik menunjukkan bahwa demokrasi semakin maju, hal ini memperlihatkan bahwa adanya kesadaran politik masyarakat yang semakin tinggi.

**Tabel 2 Banyak Masyarakat Yang Tidak Menggunakan Hak Pilihnya**

No	Tahun	Pemilih tetap	Pengguna hak pilih	Tidak menggunakan hak pilih
1	Pemilihan Umum 2014	1.144.014	789.449	354.020
2	Pemilihan Umum 2019	1099.194	749.064	321.230

Sumber: Arsip KPU Kota Mataram

Dapat dilihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang tidak menggunakan hak pilihnya dalam dua kali pemilu presiden dan wakil presiden di Kota Mataram dilihat pada tahun 2014 masyarakat berjumlah 354.020 tidak menggunakan hak pilihnya pada tahun 2019 jumlah pemilih yang tidak menggunakan hak pilihnya 321.230, hal ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Mataram dalam sosialisasi pemilu perlu dioptimalkan lagi, mengingat masih banyaknya masyarakat yang tidak



menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum. Dalam upaya mengurangi angkat masyarakat yang tidak menggunakan hak pilihnya serta meningkatkan kesadaran masyarakat Kota Mataram khususnya di Kota Mataram dalam menggunakan hak pilihnya, tidak terlepas dari peran aktif dan efektif yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Mataram dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum.

Strategi komunikasi menjadi hal penting dalam prose sosialisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, strategi komunikasi merupakan kombinasi terbaik mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif Cangara (2013: 61). Peranan Komisi Pemilihan Umum Kota Mataram dalam sosialisasi pemilihan umum tahun 2024 sangat dibutuhkan agar masyarakat lebih memahami pentingnya menggunakan hak pilih. Strategi komunikasi yang digunakan selama ini belum berdampak signifikan untuk menekan angkat masyarakat yang tidak menggunakan hak pilihnya, mengingat masih banyaknya masyarakat yang tidak menggunakan hak pilihnya dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun

## **METODE PENELITIAN**

Rancangan penelitian merupakan suatu rencana yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti dapat memperoleh jawaban atas penelitian yang dilakukan. Berikutnya untuk memperoleh hasil penelitian yang jelas akurat dan dapat dipertanggungjawabkan maka sangat diperlu menentukan langkah-langkah serta arah penelitian yang jelas dan benar sesuai metodenya pendekatan penelitian dapat dibagi menjadi dua yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang datanya bukan didasarkan pada perhitungan angka-angka dan analisisnya menggunakan analisa diskriptif kualitatif dibedakan dari penelitian kuantitatif yaitu suatu penelitian yang hasil (data) pengamatannya menggunakan statistik sedangkan menurut Moleong, (2015:5) menyatakan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah untuk menginterpretasikan fenomena yang terjadi, dan melibatkan berbagai metode yang ada. Penelitian kualitatif memiliki keabsan tersendiri karena memiliki karakteristik yang berbeda dengan penelitian kuantitatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Penerapan strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum dalam sosialisasi pemilu tahun 2024 di Kota Mataram**

Penerapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPU sesuai teori peneliti menurut Newman, strategi penguatan dengan melihat citra kontestan dan kinerja selama mengemban jabatan di politik, strategi rasionalis pemilih melihat citra yang dibangun disukai oleh pemilih walaupun faktanya tidak sesuai dengan kenyataan. Hal ini bisa ditunjukkan melalui media KPU sebagai informasi kepada masyarakat. Strategi berikutnya dengan strategi bujukan, strategi yang dilakukan dengan program jalan sehat, dialong langsung kepada para pemilih, strategi yang terakhir dengan konfrontrasi, KPU memberikan sosialisasi cara memilih dan kerugian apabila tidak menggunakan hak pilih. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh KPU kepada



masyarakat pada pemilu serentak tahun 2024 berdasarkan keputusan Nomor 10 tahun 2018, ada 3 strategi yang diterapkan seperti, pertama tatap muka atau ceramah, kedua melalui media massa cetak maupun elektronik, ketiga menggunakan alat dan bahan sosialisasi.

Sosialisasi yang pertama yaitu, komunikasi tetap muka yang dimaksud adalah berupa pertemuan secara langsung dan berdiskusi dengan masyarakat. Kemudian isi pesan dalam komunikasi tatap muka yaitu berupa himbuan kepada masyarakat agar masyarakat, agar masyarakat lebih mengerti dan faham terhadap penjelasan KPU tentang pemilu serentak 2024 di Kota Mataram.

Kemudian alat dan bahan sosialisasi dapat dilakukan melalui, spanduk, pataka (benner), baliho, reklame (billboard). Isi pesan pada alat peraga sosial hampir sama dengan bahan sosialisasi yaitu berisi gambar dan tulisan menegai bakal calon, sebagai bahan penunjang proses sosialisasi kepada masyarakat agar, masyarakat mengenal dan mengerti siapa yang akan dipilih.

**Gambar 4.7 Sosialisasi Tatap Muka yang dilakukan KPU**



(Dukomen Anton Tasijawa 2024)

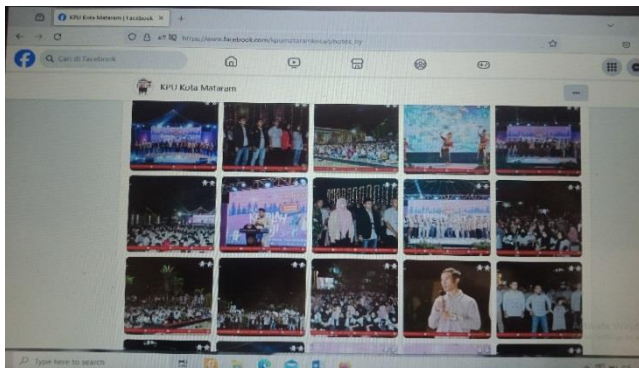
Strategi komunikasi kedua penyampaian informasi melalui media sosial dapat dilakukan melalui tulisan, gambar, suara, dan atau audiovisual dengan isi pesan tentang cara menggunakan hak pilih dengan benar dan tanggal pencoblosan, bakal calon. Dengan media massa, baik media konvensional ataupun cetak seperti radio, televisi dan media online seperti Facebook, Instagram dan Youtube di anggap mampu untuk mengajak serta meningkatkan masyarakat tentang pemilu serentak 2024. Media massa seiring perkembangan zaman, digunakan secara maksimal oleh KPU untuk sosialisasi pemilu serentak 2024. Penggunaan media massa yang terus merambat di berbagai kalangan dianggap mampu untuk digunakan dalam sosialisasi KPU.

Kemudian publikasi informasi penyebaran pemilu tahun 2024 juga menggunakan media massa dan elektronik yang diantara lain yaitu:

- a. Akun Facebook: KPU Kota Mataram
- b. YouTube: KPU Kota Mataram
- c. Instagram: KPU Kota Mataram



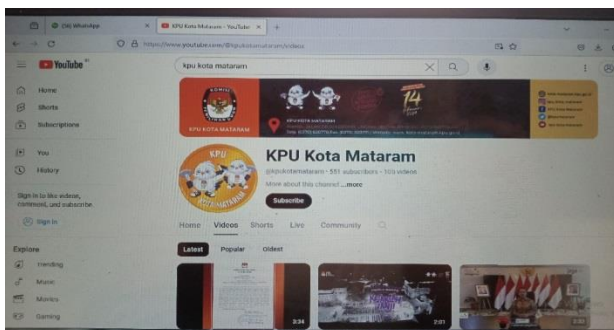
### Gambar 4.8 Facebook KPU Kota Mataram



(Dokumen Anton Tasijawa 2024)

Laman media sosial Facebook KPU Kota Mataram, penggunaan pada laman ini merupakan terbanyak dibanding dengan laman lainnya. Media sosial Facebook terdapat banyak segmen masyarakat yang gabung didalamnya. Oleh KPU Kota Mataram memaksimalkan media sosialisasi ini bertujuan agar berbagai segmen masyarakat mengetahui kegiatan apa yang diadakan KPU. Kegiatan ini bertujuan untuk mengajak masyarakat yang tergabung atau tertarik di dunia otomotif meramaikan jalannya sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Mataram.

### Gambar 4.9 YouTube KPU Kota Mataram



(Dokumen Anton Tasijawa, 2024)

Media YouTube KPU Kota Mataram turut menjadi media sosialisasi KPU kepada masyarakat, pada Channel YouTube KPU Kota Mataram ditayangkan kegiatan tim sosialisasi pada segmen komunitas yang ada di Kota Mataram serta persiapan yang dilakukan KPU pada kegiatan kopdar gabungan tim sosialisasi yang direkrut KPU Kota Mataram bertujuan membantu jalannya sosialisasi.



Gambar 4.10 Instagram KPU Kota Mataram



(Dokumen Anton Tasijawa, 2024)

Seperti pada gambar laman media sosial Instagram KPU Kota Mataram diatas terdapat dokumentasi kegiatan yang dilakukan KPU untuk mengajak masyarakat meramaikan pemilu 2024. Kegiatan seperti pemilu Run, diadakan KPU agar masyarakat antusias dalam pemilu serta bisa mendapatkan pendidikan pemilu diwaktu pembukaan ataupun ketika acara inti.

Dengan akun-akun diatas KPU Kota Mataram telah melakukan penyebaran informasi mengenai tahapan pemilu dan informasi sosialisasi lainnya. Beberapa konten yang diupload adalah ajakan untuk menggunakan hak pilih. Peraturan perundang-undang, berita kegiatan KPU Kota Mataram, video serta informasi tahapan pemilu tahun 2024.

KPU Kota Mataram juga melakukan berbagai bentuk sosialisasi pemilu tahun 2024 diantaranya, berkerjasama dengan lembaga-lembaga organisasi di kampus dalam mengadakan sosialisasi untuk pemili pemula. Strategi komunikasi ketiga yakni KPU bekerjasama dengan lembaga-lembaga ormas atau organisasi-organisasi kemahasiswaan serta pondok pesantren yang banyak memiliki pemilih pemula yang baru menggunakan hak pilihnya.

Gambar 4.11 Sosialisasi KPU Kota Mataram



(Dokumen Anton Tasijawa, 2024)





---

2. Faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum dalam sosialisasi pemilu tahun 2024 di Kota Mataram

a. Faktor Pendukung

Berdasarkan hasil observasi dilapangan yang dilakukan faktor-faktor yang dapat mendukung lancarnya kegiatan sosialisasi tersebut tidak lepas dari instansi KPU Kota Mataram sendiri sebagai instansi milik pemerintah. KPU Kota Mataram sebagai instansi pemerintah yang menyelenggara pemilu membuat masyarakat berfikir bahwa instansi tersebut sangat kredibel dan dapat dipercaya. Faktor-faktor lain yang juga menjadi pendukung bagi lancarnya kegiatan komunikasi dalam sosialisasi pemilu adalah kegiatan tersebut didukung oleh Undang-undang diantaranya:

- 1) Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu.
- 2) Peraturan KPU (PKPU) Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Tahapan Program dan jadwal penyelenggara pemilihan umum tahun 2019.
- 3) Peraturan KPU (PKPU) Nomor 5 Tahun 2018 Tentang perubahan atas peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Tahapan, Program dan jadwal penyelenggaraan pemilihan umum tahun 2019.
- 4) Peraturan KPU (PKPU) Nomor 5 Tahun 2018 Tentang Sosialisasi Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat dalam penyelenggaraan Pemilihan Umum.
- 5) Peraturan KPU (PKPU) Nomor 32 Tahun 2018 Tentang Perubahan kembali atau Perubahan peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Tahapan, Program dan jadwal penyelenggaraan pemilihan umum tahun 2019.

Dengan regulasi yang ada maka kegiatan sosialisasi secara hukum didukung oleh Undang-undang dan Negara, hal tersebut dapat memudahkan kegiatan tersebut berjalan dan diterima oleh masyarakat dalam melakukan kegiatan sosialisasi.

Disamping regulasi yang ada, sumber daya manusia yang dimiliki KPU Kota Mataram juga merupakan faktor pendukung yang sangat kuat. Dukungan dan kepercayaan masyarakat juga menjadi sebuah faktor pendukung dalam melakukan kegiatan sosialisasi berjalan dengan baik.

b. Faktor Penghambat

Jika terdapat faktor pendukung tentunya tidak terlepas dari faktor penghambat dalam melakukan kegiatan sosialisasi ini adalah terbatasnya jumlah SDM yang dimiliki oleh KPU Kota Mataram jika dibandingkan dengan luas daerah Kota Mataram, sehingga sosialisasi tidak begitu dapat menjangkau seluruh daerah khususnya pada sosialisasi yang menggunakan tatap muka secara langsung dan lebih khusus bagi warga yang ada di pedesaan.



Gambar 4.12 Sosialisasi kepada masyarakat di pedesaan



(Dokumentasi Anton Tasijawa, 2024)

Permasalahan pada waktu tidak bisa dengan mudah diselesaikan, KPU harus menyesuaikan waktu yang biasanya masyarakat pedesaan tentu lebih mementingkan pekerjaannya daripada menghadiri suatu pertemuan tentang sosialisasi.

Faktor penghambat yang lain adalah keterbatasan dana anggaran yang dimiliki sehingga apabila kegiatan sosialisasi yang menggunakan tatap muka secara langsung menyebabkan membengkakannya anggaran harus dikeluarkan.

3. Implikasi strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum dalam sosialisasi pemilu tahun 2024 di Kota Mataram

Implikasi merupakan nilai atau hasil yang penting dalam penelitian ini. Dimana dalam proses komunikasi antar pengirim dan penerima pesan secara terus menerus dan bergantian memberikan umpan balik dalam berbagai cara, baik secara verbal maupun non verbal. Umpan balik dalam teori strategi komunikasi KPU Kota Mataram bahwa terdapat hubungan yang positif. Hal ini membuktikan bahwa strategi komunikasi KPU merupakan salah satu faktor yang menentukan daya partisipasi masyarakat dalam pemilu tahun 2024 di Kota Mataram. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi KPU dalam melakukan sosialisasi memiliki pengaruh terhadap peningkatan partisipasi masyarakat. Sehingga terdapat hubungan baik antara strategi KPU dengan efektifitasnya partisipasi masyarakat di pemilu tahun 2024 di Kota Mataram.

Gambar 4.13 pengguna hak pilih dalam pemilu tahun 2024 di 6 kecamatan Kota Mataram.





Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa strategi komunikasi KPU dapat menciptakan komunikasi yang baik dan mencapai target dari KPU RI yakni 82%.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum dalam sosialisasi pemilu tahun 2024 di Kota Mataram diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi KPU dalam sosialisasi yang digunakan ada 3 strategi yang diterapkan, pertama tatap muka, kedua melalui media massa cetak maupun elektronik, ketiga bekerjasama dengan ormasi atau organisasi kemahasiswaan.
2. Faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi KPU
  - a. Beberapa faktor yang menjadi pendukung berjalannya sosialisasi diantaranya adalah; regulasi pemerintah baik dari Undang-undang maupun Peraturan KPU (PKPU). Selain itu KPU Kota Mataram sebagai instansi milik pemerintah juga menjadi faktor pendukung karena memiliki kredibilitas dan kepercayaan oleh masyarakat.
  - b. Adapun faktor penghambat komunikasi adalah luasnya daerah kota mataram dengan jumlah SDM yang terbatas membuat KPU Kota Mataram kesulitan untuk menyebarkan informasi khususnya bagi masyarakat pedesaan yang memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung.
3. Implikasi strategi komunikasi KPU. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi KPU dalam melakukan sosialisasi memiliki pengaruh terhadap peningkatan partisipasi masyarakat. Sehingga terdapat hubungan baik antara strategi KPU dengan efektifitasnya partisipasi masyarakat di pemilu tahun 2024 di Kota Mataram dapat menciptakan komunikasi yang baik dan mencapai target dari KPU RI yakni 82%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Iqbal Alan. 2009. Manajemen Konferensi dan Event. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press.
- Adrianus Pito, T.d. 2013. Mengenal Teori-teori Politik. Bandung: Nuansa Cendekia.



- Afan Gaffar, 2004. Politik Indonesia Transisi Menuju Demokrasi: Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Althoff, M. Rush, 2002. Pengantar Sosiologi Politik. Diterjemahkan oleh Kartini Kartono. Jakarta: Rejawali.
- Anthony dan Govindarajan. 2010. Sistem Pengendalian Manajemen. Peberbit UPP-AMP. Yogyakarta.
- Cangra, Hafied. 20013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persda.
- Dedi, Triralmaldi 2015. Tesis KPU Kabupaten Sijunjung dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Pemilu dalam Pilkada. Universitas Andalas Padang.
- Dila, Novita, Ai Fitri 2019. Tesis Peningkatkan Partisipasi Pemilih Melenial: Strategi Komunikasi dan Sosialisasi KPU Pada Pemilu: Jurnal Kajian Komunikasi Bahasa dan Budaya Vol.7/No.2 Yang dilakukan Pada Bulan September 2020.
- Efriza 2012. Political Explore. Sebuah Kajian Ilmu Politik. Bandung: CV. Alfabeta
- Eko Sutoro, 2006. Reformasi Politik dan Pemberdayaan Masyarakat: APMD Press, Yogyakarta.
- Firmanzah, 2008. Marketing Politik. Yayasan Obor Indonesian. Jakarta.
- Fandy, Tjiptono 2011. Service Managemet Mewijudkan Pelayanan Prima. Edisi. Yogyakarta: Andi.
- Gatur, Suksano 2013. Budaya Politik Khas Minangkabau Sebagai Alternafit Budaya Politik Indonesia: Jurnal Antropologi FISIP Unand.
- Ghony, dkk. 2016. Metode Penelitian Kualitatif. Jogjakarta: AR-Ruzz Media.
- Hendryadi, Tricahyadinata. 2019. Motode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik. Jakarta Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium)
- Hedi, Setiadi, 2013. Tesis Strategi Komunikasi Politik Para Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Pada Pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat 2013-2018. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Irawan, Prasetya. 2006. Penelitian Kualititif dan Kuantitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial. Jakarta: Deperteman Ilmu Administrasi FISIP-UI.
- Ihrom, 2004. Bunga Rampai Sosiologi Keluarga. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Keban, Yaremiyas T 2000. Good Governance dan Capacity Building Sebagai Indikator Utama dan Fokus Penilaian Kinerja Pemerintah: Yogyakarta.
- Karima, Wardah dan Satya Indra Karsa 2022. Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Provinsi Jawa Barat.
- Maslekeh Pratama Putri, 2016. Tesis Peran KPU dalam Sosialisasi Pemilu Untuk Meningkatkan Partisipas Politik Masyarakat Pada Pemilihan Presiden di Kalimantan Timur. Universitas Mulawarman.
- Muhammad, Hidayansya 2014. Tesis Peran KPU dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden di Kota Malang.
- Margono,S. 2003. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta
- Meleong, Lexy, J 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung PT Remaja Rosdakarya.



- 
- Miles, B Mathew dan Micahael Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Jakarta: UIP.
- Mintberg, Henry, James Brian Quinn, 1995. The Strategy Process London: Prentice Hall International, Inc
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, H.Abu. 2013 Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Najmuddin, 2015. Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syar'iyah Modern. Yogyakarta.
- Raymond, S. Ross, 2014. Teori Komunikasi Perspektif. Ragam dan Aplikasi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Rogerts dan D. Lawrence 2010. Komunikasi dan Pembangunan Perspektif kritis. Terjemahan: Jakarta LP3ES.
- Riduwan, 2006. Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula. Bandung: Alfabert.
- Sanapiah, Faisal 1990. Metode Penelitian Kualitatif. Dasar dan Aplikasi. Malang: Pelajar. Penerbit YA3.
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Kuantatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- .....2009 Metode Penelitian Kuantatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi, 2006. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pers UGM.
- Suarna, Nengah 2016 Tesis Model Komunikasi Guru Agama Hindu Dalam Implementasi Kurikulum 2013 Sekolah Dasar Negeri 21 Mangelewe. STAHN Gde Pudja Mataram.
- Tim Penyusun, 2014. Pedoman Penyusunan Tesis Mataram: IAHN Gde Pudja Mataram