

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Lokus Penelitian

1. Profil KPU Kota Tangerang Selatan

Komisi Pemilihan Umum adalah lembaga negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia, yakni meliputi Pemilihan Umum Anggota DPR/DPD/DPRD, Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, serta Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Komisi Pemilihan Umum tidak dapat disejajarkan kedudukannya dengan lembaga-lembaga negara yang lain yang kewenangannya ditentukan dan diberikan oleh UUD 1945. Dalam Pasal 10 Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum dan Pasal 2 Keputusan Presiden Nomor 16 Tahun 1999 tentang Pembentukan Komisi Pemilihan Umum dan Penetapan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Umum Komisi Pemilihan Umum. Untuk melaksanakan Pemilihan Umum, KPU mempunyai tugas kewenangan yaitu merencanakan dan mempersiapkan pelaksanaan Pemilihan Umum, menerima, meneliti dan menetapkan Partai-partai Politik yang berhak sebagai peserta Pemilihan Umum, membentuk Panitia Pemilihan Indonesia yang selanjutnya disebut PPI dan mengkoordinasikan kegiatan Pemilihan Umum mulai dari tingkat pusat sampai di Tempat Pemungutan Suara yang selanjutnya disebut TPS, menetapkan jumlah kursi anggota DPR, DPRD I dan DPRD II untuk setiap daerah pemilihan, menetapkan keseluruhan hasil Pemilihan Umum di semua daerah pemilihan untuk DPR, DPRD I dan DPRD II, mengumpulkan dan mensistematiskan bahan-bahan serta data hasil Pemilihan Umum, memimpin tahapan kegiatan Pemilihan Umum. Dalam Pasal 12 Undang Undang 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, KPU mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Merencanakan program dan anggaran serta menetapkan jadwal,

- b. Menyusun tata kerja KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, PPK, PPS, KPPS, PPLN, dan KPPSLN,
- c. Menyusun Peraturan KPU untuk setiap tahapan pemilu,
- d. Mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan dan memantau semua tahapan pemilu,
- e. Menerima daftar pemilih dari KPU Provinsi,
- f. Memutakhirkan data pemilih berdasarkan data pemilu terakhir dengan memperhatikan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh pemerintah dan menetapkannya sebagai daftar pemilih,
- g. Membuat berita acara dan sertifikat rekapitulasi hasil penghitungan suara serta wajib menyerahkannya kepada saksi peserta pemilu dan Bawaslu,
- h. Mengumumkan calon anggota DPR, calon anggota DPD, dan Pasangan Calon terpilih serta membuat beritanya,
- i. Menindaklanjuti dengan segera putusan Bawaslu atas temuan dan laporan adanya dugaan pelanggaran atau sengketa Pemilu,
- j. Menyosialisasikan penyelenggaraan pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kepada masyarakat,
- k. Melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan penyelenggaraan pemilu, dan
- l. Melaksanakan tugas lain dalam penyelenggaraan pemilu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam Pasal 13 Undang Undang 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, KPU mempunyai kewenangan sebagai berikut:

- a. Menetapkan tata kerja KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, PPK, PPS, KPPS, PPLN, dan KPPSLN,
- b. Menetapkan Peraturan KPU untuk setiap tahapan pemilu,
- c. Menetapkan peserta pemilu,

- d. Menetapkan dan mengumumkan hasil rekapitulasi penghitungan suara tingkat nasional berdasarkan hasil rekapitulasi penghitungan suara di KPU Provinsi untuk Pemilu Presiden dan Wakil presiden dan untuk pemilu anggota DPR serta hasil rekapitulasi penghitungan suara di setiap KPU provinsi untuk pemilu anggota DPD dengan membuat berita acara penghitungan suara dan sertifikat hasil penghitungan suara,
- e. Menerbitkan keputusan KPU untuk mengesahkan hasil Pemilu dan mengumumkannya,
- f. Menetapkan dan mengumumkan perolehan jumlah kursi anggota DPR, anggota DPRD provinsi, dan anggota DPRD kabupaten/kota untuk setiap partai politik peserta pemilu Anggota DPR, anggota DPRD provinsi, dan anggota DPRD kabupaten/kota,
- g. Menetapkan standar serta kebutuhan pengadaan dan pendistribusian perlengkapan,
- h. Membentuk KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, dan PPLN,
- i. Mengangkat, membina, dan memberhentikan anggota KPU Provinsi, anggota KPU Kabupaten/Kota, dan anggota PPLN,
- j. Menjatuhkan sanksi administratif dan/atau menonaktifkan sementara anggota KPU provinsi, anggota KPU Kabupaten/Kota, anggota PPLN, anggota KPPSLN, dan sekretaris Jenderal KPU yang terbukti melakukan tindakan yang mengakibatkan terganggunya tahapan penyelenggaraan pemilu yang sedang berlangsung berdasarkan putusan Bawaslu dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan,
- k. Menetapkan kantor akuntan publik untuk mengaudit dana kampanye Pemilu dan mengumumkan laporan sumbangan dana Kampanye Pemilu, dan
- l. Melaksanakan wewenang lain dalam penyelenggaraan Pemilu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

(Sumber: <https://www.KPU.go.id/>. Diakses 20 Oktober 2021)

2. Sejarah KPU Kota Tangerang Selatan

Komisi Pemilihan Umum atau KPU adalah Lembaga penyelenggaraan pemilihan umum yang memiliki sifat nasional, tetap, dan mandiri. KPU atau Komisi Pemilihan Umum menyelenggarakan pemilihan kepala daerah atau pilkada selain dari pemilihan Presiden dan Legislatif yang berskala Nasional. Pemilihan Umum pertama di Indonesia diselenggarakan pada tahun 1955. Tetapi, sejarah pembentukan Lembaga pelaksanaan Pemilu sudah ada sejak tahun 1946.

Saat Presiden pertama di Indonesia, Soekarno membentuk Badan Pembentuk Susunan Komite Nasional Pusat dan mengesahkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1946 mengenai Pembaruan Susunan Komite Nasional Indonesia Pusat.

a. Panitia Pemilihan Indonesia

Presiden Soekarno mengeluarkan Keputusan Presiden No. 188 Tahun 1955 tentang pengangkatan Panitia Pemilihan Indonesia (PPI), setelah revolusi kemerdekaan pada tanggal 7 November 1953. Panitia Pemilihan Indonesia bertugas menyiapkan, memimpin, dan melaksanakan Pemilu 1955 untuk memilih anggota Konstitusi dan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat. Lalu Presiden Soekarno mengesahkan Undang-Undang nomor 7 Tahun 1953 tentang Pemilihan Anggota Konstitusi dan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat pada tanggal 4 April 1953 dan menyebutkan PPI berkedudukan di ibu kota negara. Tapi pemilu pertama tidak dilanjutkan dengan Pemilu Kedua. Pada tahun 1958 Presiden Soekarno sudah melantik Panitia Pemilihan Indonesia II.

b. Lembaga Pemilihan Umum

Presiden Soeharto membentuk Lembaga Pemilihan Umum (LPU) yang bertugas sebagai Badan Penyelenggaraan Pemilihan Umum (LPU) pada masa pemerintahan orde baru. Terbentuknya LPU berdasarkan

Keputusan Presiden Nomor 3 Tahun 1970. Yang bertindak sebagai ketua LPU yaitu Menteri Dalam Negeri dengan keanggotaan yang terdiri atas Dewan Pimpinan, Dewan Perimbangan, Sekretariat Umum LPU dan Badan Pembekalan dan Perhubungan. Presiden Soeharto mengundurkan diri sebagai Presiden Republik Indonesia pada tanggal 21 Mei 1998 sekaligus mengakhiri periode orde baru. Lalu digantikan oleh Bacharuddin Jusuf Habibie (BJ Habibie) sebagai Presiden selanjutnya.

3. Visi dan Misi KPU Kota Tangerang Selatan

a. Visi

Terwujudnya Komisi Pemilihan Umum sebagai Penyelenggara Pemilihan Umum yang memiliki Integritas, Profesional, mandiri, transparan dan akuntabel, demi terciptanya demokrasi Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia

b. Misi

- a. Membangun lembaga penyelenggaraan Pemilihan Umum yang memiliki Kompetensi kredibilitas dan kapabilitas dalam menyelenggarakan pemilihan umum
- b) Menyelenggarakan Pemilihan Umum untuk memilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat, dan Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden serta Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, adil, akuntabel, edukatif dan beradab
- c) Meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemilihan umum yang bersih, efisien dan efektif.
- d) Melayani dan memperlakukan setiap peserta Pemilihan Umum secara adil dan setara, serta menegakkan peraturan Pemilihan Umum secara konsisten sesuai dengan peraturan perundang-undangan

rakyat untuk berpartisipasi aktif dalam pemilihan umum demi terwujudnya cita-cita masyarakat Indonesia yang demokratis.

4. Logo KPU Kota Tangerang Selatan



(Sumber: <https://kota-tangerangselatan.KPU.go.id/>. Diakses 20 Oktober2021)

5. Alamat KPU Kota Tangerang Selatan

Jl. Raya Serpong No.1, Setu, Kec. Setu, Kota Tangerang Selatan, Banten 15314.

6. Struktur Organisasi KPU Kota Tangerang Selatan

a. Komisioner KPU Kota Tangerang Selatan

Ketua: M. Taufiq. Mz (Divisi Keuangan, Umum, Logistik, dan Rumah Tangga)

Anggota:

- a) Achmad Mudjahid Zein (Divisi Hukum dan Pengawasan)
- b) Ajat Sudrajat (Divisi Teknik Penyelenggaraan)
- c) Ade Wahyu Hidayat (Divisi SDM dan Partisipasi Masyarakat)
- d) Heni Lestari (Divisi Program Data dan Perencanaan)

Gambar 4.1.2 Struktur Organisasi KPU Tangerang Selatan



(Sumber: <https://kota-tangerangselatan.KPU.go.id/>. Diakses 20 Oktober 2021)

b. Kesekretariatan KPU Kota Tangerang Selatan

Sekretaris: Fajar Baskardi

Kasubag Program dan Data: Surya Daru

Fungsional Umum:

- a) Firsya Gemilang, S.E.I
- b) Ika syaidah Ahmad, A.Md

Kasubag Hukum: Saptianti Andari, S.Sos

Fungsional Umum:

- a) Ika Shofa Irvina, SE

Kasubag Teknis & Hupmas:

Fungsional Umum:

- a) Rizky Fimaulida, SAB
- b) Faisal Akbar, A.Md

Kasubag Keuangan, Umum, Logistik: Sri Annisya Sofyanti, S.Kom, MM

Fungsional Umum:

- a) Siti Maryam, SH
- b) Emi Juniati, SE
- c) Risna Daniar, SE
- d) Selvy Anggraini, A.Md
- e) Bayu Kurnia.

Gambar 4.1.3 Struktur Kesekretariatan



(Sumber: <https://kota-tangerangselatan.KPU.go.id/>. Diakses 20 Oktober 2021)

4.2. Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini merupakan data yang di dapatkan dilapangan, serta disesuaikan dengan teori yang digunakan. Mengingat penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, serta pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Maka hasil penelitian ini disajikan dan di analisis berdasarkan hasil wawancara dengan :

- 1) Ade Wahyu Hidayat (Divisi SDM dan Partisipasi Masyarakat) sebagai *key informan*.

- 2) M. Taufiq Mz (Ketua KPU Kota Tangerang Selatan) sebagai informan
- 3) Joko Aryanto (LO pasangan calon Wali Kota dan Wakil Walikota Tangerang Selatan Pada Pilkada 2020) sebagai triangulasi sumber 1
- 4) Aji Pangestu (Kordinator Daerah Jaringan Pendidikan Pemilih Rakyat Kota Tangerang Selatan) sebagai triangulasi sumber 2

Dalam penelitian ini ada beberapa pertanyaan mengenai Strategi Kampanye *Public Relations* KPU Kota Tangerang Selatan dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pilkada 2020. Maka dalam bab ini akan diuraikan secara mendalam mengenai hal tersebut. Serta dalam bab ini akan membahas secara komprehensif mengenai temuan dilapangan terkait Strategi Kampanye *Public Relations* KPU Tangsel dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pilkada 2020.

4.1.1. Penyajian Hasil Penelitian Strategi Kampanye *Public Relations* KPU Kota Tangerang Selatan Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pilkada 2020.

1. Strategi

Menurut Onong Uchjana Effendy (2015 : 32) berpandangan bahwa Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Dari hasil wawancara tentang Strategi yang dilakukan KPU Kota Tangsel dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pilkada 2020. di dapatkan informasi dari beberapa informan tentang strategi sebagai berikut.

A. Perencanaan: tujuan KPU dalam melaksanakan kampanye *public relations*, Informan mengatakan:

“yang pertama tujuan kita adalah untuk memberikan informasi terkait dengan tahapan pemilihan Wali Kota Tangsel dalam setiap tahapan. Jadi yang kita sosialisasikan itu bukan hanya pada mengajak masyarakat untuk menggunakan hak suaranya pada tanggal 9 desember 2020, tapi bagaimana dia berpartisipasi dalam pemutakhiran data pemilih, membangun kesadaran kepada masyarakat untuk mengecek apakah dia sudah masuk daftar pemilih tetap atau belum, mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam penyelenggaraan terutama dalam sisi sdm, berpartisipasi untuk mendaftar menjadi ppk,pps,kpps. Itu adalah bagian dari sosialisasi kita bagaimana mensukseskan pilkada ini dengan adanya partisipasi masyarakat.”

Perencanaan yang dilakukan oleh KPU Kota Tangerang Selatan untuk mencapai tujuan tersebut. Informan mengatakan:

”Perencanaan yang kita lakukan secara garis besarnya ada dua yang pertama itu kita merencanakan sosialisasi secara daring yang kedua sosialisasi melalui luring atau tatap muka langsung. Kalau yang daring itu kita melakukan sosialisasi melalui media sosial kita, zoom, webinar itu kita dorong kepada masyarakat, untuk menembus kepada lapisan masyarakat yang memang dibatasi situasi yang lagi pandemic, kemudian disisi lain kita juga mematuhi protokol kesehatan kita lakukan pertemuan-pertemuan tatap muka sosialisasi tatap muka yang dengan di batasi protokol kesehatan maksimal 25 orang, tapi di sisi lain kita juga kombain media sosial kita juga sangat aktif untuk bagaimana bisa informasi ini diterima oleh lapisan masyarakat yang memang secara manual atau secara offline kesulitan kita untuk bagaimana mengakses masyarakat. Karena memang dibatasi dengan adanya pandemic, tapi disisi lain kita melakukan kampanye informasi melalui media luar ruang seperti kita memasang spanduk baleho banner di titik strategis untuk merespon masyarakat agar berpartisipasi pada pilkada 2020 kemarin.”

Pendapat lain mengenai perencanaan disampaikan juga oleh triangulasi sumber 1, yaitu:

“perencanaan yang dibuat oleh kpu untuk mengadakan sosialisasi terkait pilkada itu dari segi medsosnya kemudain dari media luar ruangnya seperti baleho terus informasi informasi yang disebarakan melalui madding-mading kelurahan itu

lumayan bagus si kalau saya lihat. sehingga sosialisasi adanya pilkada 2020 itu terasa dimasyarakat sehingga masyarakat antusias untuk ikut berpartisipasi.”

Lalu triangulasi sumber 2 menambahkan:

“Sosialisasi itu penting tapi juga harus ada inovasi-inovasi sosialisasi. Pertama misalkan karena situasinya covid-19 harus ada inovasi-inovasi sosialisasi seperti masifnya di media masa, ataupun di media sosial. Terus di media-media internet yang memang bisa di akses masyarakat secara umum terus juga bikin sosialisasi yang sebenarnya juga memperhatikan masyarakat terkait info publik itu. Misalkan kalo kemarin saya lihat mulai banyak penyelenggara-penyelenggara yang mulai mau bikin podcast video youtube penyelenggara menurut saya itu si bagus karena memang itu penting apalagi disituasi pandemi.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam melaksanakan perencanaan untuk mencapai tujuan tersebut. KPU Kota Tangerang Selatan merencanakan sebuah program sosialisasi secara langsung maupun melalui berbagai media, hal ini sangat mendukung dalam rangka mencapai tujuan tersebut, sosialisasi melalui berbagai media secara massif sangat sesuai dengan kondisi pandemi pada saat itu, sehingga seluruh lapisan masyarakat dapat menerima pesan yang disampaikan oleh KPU Kota Tangerang Selatan.

Dalam rangka menjalankan perencanaan yang sudah dibuat tentu ada waktu pelaksanaan yang ditentukan, seperti yang dikatakan oleh Informan, yaitu:

“untuk waktu pelaksanaan tentu kami mengikuti aturan yang sudah di atur dalam PKPU tahapan pilkada 2020, dimana kami mengadakan sosialisasi pilkada kepada masyarakat itu di mulai pada tanggal 1 november 2019 sampai dengan 8 desember 2020.”

Dalam melaksanakan perencanaan yang sudah dibuat tentu ada faktor yang menjadi pendukung dari proses pelaksanaannya, seperti yang dikatakan oleh Informan, yaitu:

“yang menjadi menjadi faktor pendukung itu adalah kita mampu bersinergi dengan stakeholder, dan kita juga terbantu dengan adanya media baru seperti sekarang ini yaitu media sosial serta media luar ruang, sehingga kita dapat menyentuh seluruh elemen masyarakat walaupun situasinya sedang pandemi”

Pendapat lain mengenai faktor pendukung disampaikan juga oleh triangulasi sumber 1:

“melihat faktor pendukung yang disampaikan oleh KPU kita juga mempunyai beban karena kita yang punya kepentingan target kepesertaan pemilu kan kita gitu sebenarnya, KPU menyelenggarakan Cuma dari kordinasi dan kerjasama antara KPU dengan peserta pemilu itu lumayan bagus, dan juga saya lihat dari terobosan terobosan yang dijalankan oleh kpu itu dari segi medsosnya kemudain dari media luar ruangnya seperti baleho terus informasi informasi yang disebarikan melalui madding-mading kelurahan itu lumayan bagus si kalau saya lihat. sehingga sosialisasi adanya pilkada 2020 itu terasa dimasyarakat sehingga masyarakat antusias untuk ikut berpartisipasi.”

Lalu ditambahkan juga oleh triangulasi sumber 2, yaitu:

“Untuk terkait faktor pendukungnya mereka mampu berkordinasi dengan baik dengan stakeholder mereka terutama kami ya sebagai pemantau pemilu, karena kan memang di undang-undang pilkada NGO terdaftar sebagai pemantau itu di kpu. Jadi kemarin JPPR terdaftar sebagai NGO yang memantau pilkada 2020 di tangsel, dan ngo juga biasanya mengadakan sosialisasi sesuai dengan yg dibutuhkan untuk meningkatkan partisipasi pada pemilihan pilkada 2020. Dan kalau dilihat dari media yang ada itu harus dimaksimalkan oleh KPU sehingga itu bisa menjadi faktor yang mendukung suksesnya sosialisasi, namun sejauh ini yang saya lihat KPU dapat memanfaatkan media yang ada secara maksimal”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dalam melakukan kampanye *public relations* yaitu terbantu dengan adanya media sosial, media luar ruang, media massa. Dalam hal ini KPU Tangsel dapat memanfaatkan media tersebut dengan baik. Serta KPU Kota Tangsel dapat membangun hubungan

yang baik terhadap *stakeholder* sehingga adanya saling kerja sama dalam melakukan sosialisasi demi meningkatkan partisipasi pemilih

Dalam melaksanakan perencanaan tentu ada juga yang menjadi faktor penghambat, seperti yang dikatakan Informan, yaitu:

“karena kita di tengah situasi pandemi hambatan kita hanya masalah protokol kesehatan, dimana setiap mengadakan kegiatan sosialisasi pasti pesertanya dibatasi. Sehingga dalam mengadakan sosialisasi secara langsung itu kita tidak bisa menyeluruh karena kan dibatasi, namun kita mengimbanginya dengan sosialisasi yang massif melalui berbagai media”

Pendapat lain mengenai faktor penghambat dikemukakan juga oleh triangulasi sumber 1, yaitu:

“semua pasti merasakan faktor penghambat yang dijalankan oleh KPU kamipun sebagai lo paslon merasakan hal itu keterbatasan aturan prokes yang kita jalankan kemudian jumlah yang dibatasi dalam pertemuan-pertemuan terbatas itu sangat kita rasakan juga.”

Lalu ditambahkan juga oleh triangulasi sumber 2, yaitu:

“kalau dilihat dari faktor penghambat dari berjalannya proses sosialisasi kemarin hambatannya ya memang karena situasi pandemi sehingga dalam melaksanakan sosialisasi secara langsung itu pesertanya terbatas ya hanya sekitar 30 orang kalau tidak salah itu.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi faktor penghambat dalam melakukan kampanye *public relations* yaitu adanya pandemi, sehingga dalam melakukan sosialisasi pesertanya terbatas karena protokol kesehatan yang ada. Namun dalam hal ini KPU Kota Tangsel dapat memanfaatkan media yang ada.

B. Manajemen: Dalam melaksanakan perencanaan yang sudah dibuat KPU Kota Tangerang Selatan melakukan pengawasan dalam pelaksanaannya. Seperti yang dikatakan oleh Informan:

“Bentuk pengawasan yang kita lakukan itu kan kita supervise langsung ya kepada organ2 KPU yang melaksanakan program tersebut, karena kan dalam pelaksanaan program tersebut kan ada komisioner KPU yang mengisi materi sosialisasi tersebut, jadi kami sekalian memantau juga proses berjalannya sosialisasi.”

Pendapat lain mengenai pengawasan yang dilakukan KPU Kota Tangsel disampaikan juga oleh triangulasi sumber 1, yaitu:

“kemarin itu yang saya lihat setiap sosialisasi yang dijalankan oleh KPU Kota Tangerang Selatan memang yang mengisi materi dalam sosialisasi itu ya komisioner KPU itu sendiri, jadi itu juga merupakan bentuk pengawasan dia ya. Jadi dia tahu kondisi dilapangan seperti apa dan harus bagaimana.”

Lalu ditambahkan juga oleh triangulasi sumber 2, yaitu:

“Dari hasil pemantauan kita dalam pelaksanaan pilkada memang setiap sosialisasi itu yang mengisi materinya itu langsung dari unsur KPU itu sendiri ya seperti komisioner-komisionernya, sehingga mereka mengawasi langsung proses berjalannya sosialisasi.”

Kesesuaian program yang sudah direncanakan, Informan mengatakan bahwa:

“secara garis besar karena adanya kenaikan partisipasi pada pilkada 2020 program yang dijalankan itu sudah sesuai, tapi apakah efektif itu signifikan atau tidak, pasti saya selaku divisi sosialisasi dan parmas itu merasa belum signifikan yak karena hanya naik sekitar 2 persen dan jauh dari target yang sudah ditentukan yaitu 77,5 persen. tapi ini tantangan untuk kedepan karena kita polanya sudah dapat ya, Cuma kemarin terbentur dengan adanya pandemi aja.”

Lalu Informan menambahkan terkait Evaluasi yang dilakukan KPU Kota Tangerang Selatan, Informan mengatakan bahwa:

“Evaluasi yang kita lakukan itu dengan cara melakukan pendidikan pemilih terhadap pemilih rendah, kita mengadakan sosialisasi kepada daerah yang tingkat partisipasinya rendah agar nantinya pelaksanaan pilkada berikutnya tingkat partisipasi di daerah tersebut bisa meningkat, hal ini kami lakukan juga pada evaluasi dari hasil pilkada 2015 kemarin yang dimana kita

melakukan pendidikan pemilih pada daerah yang partisipasinya rendah di 2015 agar partisipasi di 2020 itu bisa meningkat.”

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan triangulasi sumber 1, yaitu:

“Terkait dengan perencanaan yang sudah dilakukan saya rasa memang sudah tepat ya, namun memang perlu ada evaluasi. Namun sejauh ini evaluasi yang dilakukan itu sangat bagus dengan menjangkau daerah-daerah yang memang partisipasinya rendah, sehingga bisa diberikan pemahaman lebih dalam lagi akan pentingnya pilkada.”

Dan ditambahkan juga oleh triangulasi sumber 2, yaitu:

“ya sudah cukup tepat, dan memang perlu adanya evaluasi ya, namun yang saya lihat evaluasi yang dilakukan KPU udah cukup tepat dengan mendatangi wilayah-wilayah yang memang tingkat partisipasinya rendah, dan diberikan pendidikan politik oleh mereka, saya rasa itu bagus sehingga nantinya masyarakat akan lebih sadar akan pentingnya memilih.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa KPU Kota Tangerang Selatan melaksanakan pengawasan terhadap jalannya program yang sudah direncanakan, sehingga KPU kota Tangerang selatan dapat mengetahui kondisi dilapangan dan mengetahui faktor apa yang menyebabkan target tersebut tidak tercapai sehingga KPU Kota Tangerang Selatan bisa langsung melakukan evaluasi dengan melakukan pendidikan pemilih kepada daerah yang partisipasinya rendah, agar nantinya tingkat partisipasi pada pemilihan berikutnya dapat meningkat dan sesuai target.

2. Kampanye *Public Relations*

Menurut Ruslan (2018:28) dalam melaksanakan kampanye *public relations* ada bauran komunikasi yang harus diperhatikan salah satunya yaitu pesan, media, dan target sasaran. Dari hasil wawancara tentang Strategi Kampanye *Public Relations* yang dilakukan KPU Kota Tangsel

dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pilkada 2020. di dapatkan informasi dari beberapa informan tentang strategi Kampanye *Public Relations* sebagai berikut.

A. Pesan: Pesan yang tepat dan mudah dipahami maka akan mudah untuk diterima oleh publik. Berikut hasil wawancara dengan para informan terkait dengan pesan. Dalam melaksanakan Kampanye *Public Relations*, *key informan* mengatakan terkait pesan yang disampaikan, yaitu:

“Sebelum menentukan sebuah pesan kami menyesuaikan dengan tujuan yang akan kami capai, kalau dilihat dari tujuan kami yaitu untuk menyadarkan masyarakat untuk ikut berpartisipasi setiap tahapan Pilkada ini. Maka dari itu pesan yang disampaikan itu menghimbau kepada seluruh lapisan masyarakat untuk berpartisipasi dalam seluruh tahapan pilkada 2020, yang dimana didalamnya terkait dengan tahapan misalkan kita sosialisasi tentang sdm ya tentang sdm, sosialisasi tentang tahapan kampanye tentang kampanye. Kita juga menggunakan simbol yang berupa maskot Pilkada 2020 yaitu Si Pangsi, yang dimana maskot tersebut menggunakan pakaian budaya yang memiliki arti yaitu Pilkada berbudaya Tangsel berdaya. Dan Kita juga menyampaikan pesan terkait Pilkada yang sehat karena kemarin kan pelaksanaan pilkada dilaksanakan di tengah pandemi maka kita meyakinkan masyarakat dengan menyampaikan pesan mengenai Pilkada yang sehat sehingga masyarakat merasa aman nantinya untuk datang ke TPS. Secara menyeluruh yang kita sampaikan itu adalah seluruh informasi tentang tahapan pilkada 2020.”

“Terkait dengan tagline tersebut yang membawa unsur budaya dalam hal ini budaya kan itu mengandung hal yang positif sehingga narasi yang dibangun itu menggambarkan bahwasannya pilkada 2020 ini hal yang positif dimana jauh dari kecurangan, money politic dan kecurangan lainnya, sehingga bisa menarik minat masyarakat untuk ikut dalam tahapan pilkada 2020 ini. Pesan ini mudah dipahami oleh masyarakat karena sangat sederhana terkait dengan budaya. Terkait dengan maskot karena budaya di tangsel ini betawi maka kami sesuaikan dengan ciri khas daerah”

“Kalau dilihat pesannya itu mudah dipahami karena secara umum pesan yang disampaikan itu ya pentingnya pilkada untuk menentukan tangsel kedepan, dan pilkada yang dijalankan merupakan pilkada yang sehat aman dari bahaya virus corona karena penerapan protokol kesehatan, menurut saya itu sangat mudah dipahami karena pesan yang disampaikan itu sederhana atau

ringan. Dan pesannya itu tersampaikan kepada masyarakat, karena tadi yang saya katakan bahwa kita kan melakukan sosialisasi dengan massif di berbagai media dan bahkan secara langsung juga, maka pesan tersebut bisa dikatakan sampai keseluruhan lapisan masyarakat.”

Hal ini didukung oleh pernyataan dari triangulasi sumber 1 yaitu:

“Dilihat dari pesan yang disampaikan oleh KPU kota tangerang selatan mengenai tahapan-tahapan pilkada 2020. InshaAllah sesuai, sejauh pilkada kemarin pesan yang disampaikan memang sudah bagus gitu, ya seluruh elemen masyarakat mengetahui terkait dengan pilkada kemarin, dan saya rasa cukup bagus dengan berbagai macam media yang digunakan KPU untuk menyampaikan pesan saya rasa berhasil untuk melakukan penyadaran kepada masyarakat mengenai pentingnya pilkada kemarin.”

“Terkait dengan penggunaan tagline saya rasa itu perlu ya agar ada ciri khas terkait dengan pilkada, agar masyarakat mudah mengingatnya. Dan kalau dilihat dari tagline yang dipakai itu juga sangat baik dengan mengangkat unsur budaya.”

“Sejauh yang saya lihat pesan-pesan yang disampaikan itu saya rasa mudah dipahami ya karena kalau dilihat itu pesan yang disampaikan itu sangat ringan ga terlalu berat juga sehingga sangat mudah dipahami, dan tersebut tersampai keseluruhan lapisan masyarakat, karena memang kan mereka sudah mengadakan sosialisasi secara menyeluruh baik itu secara langsung maupun itu melalui berbagai media.”

Pendapat lain mengenai pesan yang disampaikan oleh KPU Kota tangsel disampaikan juga oleh triangulasi sumber 2, yaitu:

“Pesan-pesannya standar ya itu untuk datang memilih maksudnya pesan-pesannya untuk meningkatkan partisipasi pemilih, terus juga masalah covid 19, pesannya itu mengenai protokol kesehatan juga sudah memadai pesan-pesannya yaitu seperti jangan takut untuk datang memilih terus masalah covid 19 itu juga kan jadi ketakutan sendiri untuk masyarakat nah itu kebanyakan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU biasanya dasar fokusnya ke situ untuk jangan takut datang memilih tetap patuhi protokol kesehatan banyaknya pesannya lebih ke situ.

Lalu Triangulasi sumber 2 menambahkan terkait dengan tagline yang digunakan oleh KPU Kota Tangsel, yaitu:

“Kalau terkait dengan tagline yang digunakan ya itu kan sebenarnya memang kalau dalam teori ilmu politik ataupun marketing atau komunikasi, itu kan harus memang ada simbol-simbol tertentu yang memang bisa mengingatkan masyarakat mengenai tahapan Pilkada. Jadi simbol atau jargon itu memang penting. dalam proses kampanye simbol-simbol atau jargon-jargon tertentu yang memang jadi pengingat jadi masyarakat itu kalau udah denger jargon tersebut jadi mengingat pilkada.”

Di lanjutkan kepada tanggapan triangulasi sumber 2 mengenai kejelasan pesan yang disampaikan Oleh KPU Kota Tangerang Selatan:

“Pesan-pesannya sih sederhana ya, maksudnya sederhana itu artinya memang mudah diingat atau mudah dicerna oleh masyarakat karena memang bahasa bahasanya bahasa nggak terlalu berat dan memang substansi-substansi yang diberikan itu agar masyarakat itu memahami bagaimana pentingnya datang ke TPS ikut berpartisipasi. Namun ada sedikit permasalahan dalam proses penyampaian pesan yang tidak menyeluruh, mungkin ini kritik aja buat kpu tapi bener atau salahnya karena ini memang ansumtif ya, ansumtif kita sebagai NGO ya. Pertama melihat bahwa proses pembagian sosialisasi atau program sosialisasi masih bersifat link atau biasanya kenalan kenalan jadi banyak ga merata banyak komunitas-komunitas yang tidak dapat kerja sama untuk melakukan sosialisasi pilkada, seperti komunitas stand up dan beberapa komunitas-komunitas di tangsel banyak mengeluhkan ada yang ga kebagian jatah sosialisasi kare kan emang kalo kaya gitu di indonesia biasa kalau jatah program-program sosialisasi itu berdasarkan kedekatan jadi kalau ga punya kedekatan itu susah untuk mengadakan sosialisasi.”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pesan yang disampaikan oleh KPU Kota Tangerang Selatan disesuaikan dengan tujuan yang akan dicapai, yaitu untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya tahapan pilkada 2020 dan juga pesan yang disampaikan oleh KPU Kota Tangerang Selatan menyesuaikan dengan kondisi yang terjadi pada saat itu yaitu pandemi covid-19, sehingga pesan yang disampaikan itu mengenai pilkada yang sehat agar masyarakat tidak merasa takut untuk ikut berpartisipasi dalam tahapan pilkada. Pesan-pesannya relatif mudah dipahami karena kesederhanaan pesan yang disampaikan, namun ada permasalahan dalam penyebaran pesan tersebut, pasalnya KPU Kota

Tangerang Selatan belum menyeluruh menyentuh lapisan masyarakat dalam penyampaian pesan tersebut, hal ini dikarenakan ada beberapa kalangan masyarakat yang mengeluh sulitnya menjalankan kerja sama untuk mengadakan sosialisasi karena tidak mempunyai kedekatan emosional dengan pihak KPU Kota Tangerang Selatan.

- B. Target Sasaran: Target sasaran yang tepat akan mendukung proses penyampaian pesan yang telah dibuat, berikut hasil wawancara dengan para informan terkait dengan target sasaran:

Key informan mengatakan yang menjadi target sasaran KPU Kota Tangerang Selatan, yaitu:

“target sasaran kami itu di semua lini, kalau dia terkait dengan tahapan pencalonan sektor kita adalah stakeholder penyelenggaraan yaitu partai politik, pemda, forkopimda itu seperti kejaksaan, kodim, kapolres, dan juga dari kepersetaan itu ada dari parpol, dari tim kampanye, dan Lo Paslon. Itu dari sisi pencalonan, kemudian dari tahapan pematangan data pemilih kita libatkan seluruh masyarakat luas dan juga stakeholder seperti dukcapil, kemenag, pengadilan agama pokoknya terkait dengan kependudukan kita juga sama kepolisian dan dandim juga kita libatkan. Jadi kampanye kita ada yang segmentasi itu terkait outputnya, kaya misalkan pencalonan kan ga mungkin kita undang masyarakat umum, karna kan ga punya kewenangan untuk mencalonkan walikota selain parpol, tapi terkait misalkan yang tadi saya sampaikan data pemilih kita secara luas, terus dari sisi sosialisasi tentang perekrutan sdm kita juga sosialisasi secara luas seperti kepada lembaga pendidikan, kampus, sekolah organisasi non pemerintah seperti OKP, lsm kita libatkan itu. Dan juga dengan pemilih pemula kita adakan sosialisasi di lembaga pendidikan juga seperti sekolah dan kampus.”

Lalu *key informan* menambahkan terkait alasan memilih target sasaran tersebut:

“Alasannya yang jelas itu mereka ini mempunyai kepentingan dalam pilkada, seperti masyarakat mereka kan mempunyai hak pilih maka dari itu penting kita lakukan sosialisasi ke mereka karena mereka nantinya kan akan memilih calon pemimpinnya, maka dari itu penting untuk kita sosialisasikan terkait dengan tahapan pilkada ini agar mereka mau nantinya menggunakan hak pilihnya karena sadar akan pentingnya memilih.”

“Walaupun dalam melaksanakan sosialisasi tatap muka kita dibatasi namun seluruh target sasaran tersebut dapat tersentuh melalui beberapa program lain seperti warwar dan saya katakana tadi kita melakukan sosialisasi melalui berbagai media sehingga target sasaran tersebut dapat tersentuh.”

Pendapat lain mengenai target sasaran disampaikan juga oleh, Triangulasi sumber 1, yaitu:

“menurut saya target kampanye itu merupakan sesuatu hal yang sangat penting karena jika target sasaran itu tidak tepat maka hasil dari kampanye itu tidak efektif, dalam hal ini KPU menentukan target sasarannya itu sangat tepat dimana mereka merangkul masyarakat luas dan seluruh stake holder mereka seperti saya ini. Dan bisa dilihat juga hasil dari kampanyenya itu tingkat partisipasi pemilih itu dapat meningkat dari pilkada sebelumnya”

Dalam hal ini triangulasi sumber 2 memiliki pemaparan sendiri, yaitu:

“kalau menurut saya, target sosialisasi yang sudah ditentukan itu sudah bagus. Namun, tinggal bagaimana target sasaran sosialisasinya itu dapat tersentuh semua, dalam hal ini pemilih pemula yang diadakan di lembaga pendidikan, kan ga semua masyarakat juga sekolah atau mengikuti komunitas dan organisasi, seperti di kawasan pasar, pasar ciputat, kolong fly over ciputat, itu kan memang anak-anak yang disitu tidak tersentuh dunia pendidikan. Untuk itu lebih ada sosialisasi lebih masuk ke mereka karena memang kalau misalkan orang-orang yang terdidik seperti teman-teman yang ada di kampus, biasanya mereka rangsangan untuk terlibat dalam pemilihan itu biasanya lebih ada, ketimbang teman-teman yang tidak sekolah, terus yang memang hidupnya dijalan. Itu juga sebenarnya penting untuk menjadi target sasaran.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa target sasaran yang sudah ditentukan oleh KPU Kota Tangerang Selatan sudah tepat yaitu menyeluruh seluruh lapisan masyarakat, namun dalam prosesnya target sasaran tersebut tidak tersentuh secara menyeluruh. Pasalnya ada beberapa tempat yang tidak mendapatkan sosialisasi mengenai pilkada, hal ini membuat pesan yang sudah dibuat KPU Kota Tangerang Selatan tidak tersampaikan keseluruh lapisan masyarakat.

C. Media: Penggunaan media yang maksimal akan mendukung proses penyampaian pesan kepada publiknya, berikut hasil wawancara dengan para Informan terkait dengan media:

Dalam melakukan sosialisasi *key informan* mengatakan pesan yang digunakan, yaitu:

“media yang kami gunakan yakni media sosial, media massa, media elektronik. Media tersebut sangat membantu dalam proses penyebaran pesan karena sekarang kan semuanya serba digital ya. Sehingga penyebaran informasi itu bisa cepat tersebar ya. Dan kami juga menggunakan media luar ruang seperti baleho, exbanner, pamphlet ini juga dapat mendukung penyebaran informasi karena kita menemukannya itu di lokasi strategis, tidak hanya itu kami juga menggunakan media tatap muka, dengan mengadakan sosialisasi secara langsung sehingga jelas pesan yang disampaikannya.”

“sejauh ini media yang efektif itu ya media sosial Karena tanpa memerlukan biaya dan pada masa sekarang ini semuanya serba digital, sehingga ini juga menjadi efektif, Dan media luar ruang karena kita menempatkan media tersebut di lokasi lokasi strategis yang memang mudah dilihat oleh masyarakat.”

Pendapat lain terkait dengan media, disampaikan juga oleh triangulasi sumber 1, yaitu:

“sudah cukup bagus untuk media-media yang digunakan oleh KPU bahkan saya lihat terobosan-terobosan yang dijalankan oleh KPU itu dari segi medsosnya kemudain dari media luar ruangnya seperti baleho terus informasi-informasi yang disebarkan melalui madding-mading kelurahan itu lumayan bagus si kalau saya lihat. Sehingga hasil kemarin yang saya sampaikan tadi bahwasannya keikut sertaan masyarakat terkait pilkada itu meningkat dari yang sebelumnya padahal kami sudah khawatir akan keikut sertaan masyarakat pada pilkada kemarin itu akan sedikit karena kan kemarin sampai sekarang itu dalam situasi pandemi.”

Lebih lanjut ditambahkan juga oleh triangulasi sumber 2:

“Media yang digunain ya website KPU terus Instagram terus juga kemarin sempat ramai beberapa kayak instagram terus Twitter YouTube itu udah mulai rame maksudnya media-media sosial itu dengan adanya covid-19 media-media berbasis internet ini udah mulai jadi fokus KPU dan kemudian juga media media konvensional kayak misalkan baliho banner itu udah mulai terpanjang juga dari sebelum pemilihan.”

“iya sangat bagus ya soalnya situasi kayak gini sosialisasi secara langsung itu terbatas, karena ada aturannya sosialisasi itu harus di

ruangan yang kapasitasnya 30 orang, jadi memang perlu harus cari Inovasi gitu untuk sosialisasi karena itu sangat berpengaruh karena keterbatasan sosialisasi tatap muka. Misalkan kalo kemarin saya lihat mulai banyak penyelenggara-penyelenggara yang mulai mau bikin podcast video youtube penyelenggara menurut saya itu si bagus karena memang itu penting apalagi disituasi pandemic kan.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penggunaan media untuk sosialisasi KPU Kota Tangerang Selatan menggunakan media sosial, media massa, dan media luar ruang. Hal tersebut sangat tepat jika di sesuaikan dengan kondisi kemarin yang sedang pandemi, sehingga dapat mendukung proses penyampaian pesan yang ingin disampaikan oleh KPU Kota Tangerang Selatan.