

# STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK HUMAS KPU KOTA SURABAYA DALAM SOSIALISASI PEMILIH PADA PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2014 GUNA MEMINIMALISIR GOLPUT

**Ribkah anom prasasti<sup>1</sup>, Ratna Setyarahajoe<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Alumni Fisip Ubhara

ribkah.prasasti@gmail.com

<sup>2</sup>Dosen Ilmu Komunikasi Ubhara

ratna@ubhara.ac.id

## **Abstract**

*General elections in this era are still considered as the spear of democracy in Indonesia. Every citizen have to give their vote as a support to implementation of Indonesian system which opened. But the rise of abstain on every elections had indicate that there is something lost from that democracy begin from the trust until the awareness about the importance to give vote privilege. In accordance with Law (undang-undang) no. 15 of 2011 about the organizers arrangement of election are carried out under the supervision of the general election commission or KPU which have an characteristic of national, permanent, and independent.*

*The purpose of this research is to know how's the strategy of political communication of public relations KPU in socialization peoples to minimize abstains. This research was used qualitative approach. The primary data that obtained from interview with KPU official. The result of these research had explained that strategy KPU Surabaya with using method BRIDGE (Building Resources In Democracy Governance and Elections) had gave many positive benefits and opportunities to success general elections 2014. That method was capable to touch in the all level of people such as a young peoples, communities, and minority groups in Surabaya.*

**Keywords:** *General Election, General Elections Commission of Surabaya, Abstain*

## **1. PENDAHULUAN**

Pada awalnya Pemilu di Indonesia bertujuan untuk memilih anggota lembaga legislatif, yaitu Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota. Pemilihan presiden dan wakil presiden (pilpres) semula dilakukan oleh Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) sebagai lembaga tertinggi negara. Kemudian berdasarkan amandemen keempat UUD 1945 pada 2002 pilpres dilakukan secara langsung oleh rakyat sehingga pilpres dimasukkan dalam agenda Pemilu.

Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden atau PILPRES tahun 2014 diselenggarakan untuk memilih Presiden dan wakil Presiden Indonesia periode tahun 2014 - 2019. Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden secara langsung berdasarkan amandemen keempat UUD 1945, dimana pemilihan presiden yang sebelumnya dilakukan dengan sistem demokrasi Terpimpin yang dipilih oleh

MPR. saat ini sistem pemerintahan membangun demokrasi dengan sistem pemerintahan Indonesia yang terbuka. Dimana setiap warga negara wajib memberikan suaranya sebagai rasa dukungan terhadap Calon Presiden dan Wakil Presiden yang sesuai dengan hati nurani para pemilih. Pemilihan secara langsung ini memiliki berbagai pro kontra di masyarakat. Meningkatnya jumlah golput pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden ke dua kalinya tahun 2009 lalu memberi pekerjaan rumah bagi KPU sebagai lembaga Negara yang mewadahi pemilu di Indonesia.

Fenomena golput tidak sedikit juga dialami di wilayah Jawa Timur, khususnya Surabaya, kota metropolitan kedua di Indonesia pada pilpres tahun 2009 lalu. Pemilih yang golput pun menjadi permasalahan dalam pengambilan keputusan terhadap hasil suara pilpres. Banyaknya alasan pemilih golput yang terlalu kompleks dapat membuat Komisi Pemilihan Umum (KPU) semakin ekstra untuk mensosialisasikan tentang pilpres tahun 2014.

Sebagaimana diamanatkan tugas dan kewenangan KPU sebagai penyelenggara sesuai dalam Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2011 Tentang Penyelenggara Pemilu diatur mengenai penyelenggara Pemilihan Umum dilaksanakan oleh suatu Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang bersifat nasional, tetap dan mandiri.

Telah ditetapkan dalam Undang Undang di atas bawasannya KPU wajib melaksanakan tugas dan wewenang yang sudah diberikan. Tugas dan wewenang KPU Kabupaten / Kota dalam penyelenggaraan Pemilu Presiden dan Wakil Presiden yaitu melaksanakan sosialisasi penyelenggaraan pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU Kabupaten / Kota kepada masyarakat. Maka sudah jelas salah satu tugas dan wewenang KPU Kabupaten / Kota menjadi fasilitator kepada masyarakat guna meminimalisir golput pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden tahun 2014 nanti.

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui sejauhmana KPU kota Surabaya melakukan sosialisasi untuk meminimalisir angka golput pada Pilpres tahun 2014. Dengan permasalahan tersebut, maka peneliti mengambil judul Strategi Komunikasi Politik Humas KPU Kota Surabaya Dalam Sosialisasi Pemilih Pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2014 Guna Meminimalisir Golput.

## **2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Strategi Komunikasi Politik :

Menurut A.Halim, Strategi adalah suatu cara dimana organisasi / lembaga akan mencapai tujuannya, sesuai dengan peluang - peluang dan ancaman - ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi, serta sumber daya dan kemampuan internal.

Menurut Almond dan Powell mendefinisikan Komunikasi Politik sebagai fungsi politik bersama-sama fungsi artikulasi, agregasi, sosialisasi dan rekrutmen yang terdapat di dalam suatu sistem politik dan komunikasi politik merupakan prasyarat (prerequisite) bagi berfungsinya fungsi-fungsi politik yang lain.

Sumber :  
<http://mrobby.wordpress.com/2010/12/31/pengertian-komunikasi-politik/>

Humas KPU :

Dalam Bahasa Indonesia, Public Relations (PR) dialih bahasakan menjadi Hubungan Masyarakat. Hubungan Masyarakat adalah sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari kesalahpahaman dan mispersepsi, sekaligus membangun citra positif lembaga.

Seperti yang dikutip Morissan (2006 : 7) Menurut Cutlip, Center dan Broom mengatakan humas adalah usaha yang terencana untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan Yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah lembaga Negara yang menyelenggarakan pemilihan umum sesuai dengan Undang – Undang nomor 11 tahun 2010 tentang pedoman pelaksanaan sosialisasi penyelenggara pemilihan umum kepala daerah dan wakil kepala daerah.

Telah ditetapkan dalam Undang Undang di atas bawasannya KPU wajib melaksanakan tugas dan kewenangan yang sudah diberikan. Salah satu tugas KPU adalah melaksanakan sosialisasi penyelenggaraan pemilu.

Sosialisasi :

Pengertian sosialisasi menurut beberapa sosiolog :

Charlotte Buhler : Sosialisasi adalah proses individu-individu yang belajar dan menyesuaikan diri.

Peter Berger : sosialisasi adalah suatu proses dimana seorang anak belajar menjadi seorang anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat.

Bruce J. Cohen : Sosialisasi adalah proses manusia mempelajari tata cara kehidupan dalam masyarakat.

Proses sosialisasi selalu disertai dengan proses inkulturasi atau proses pembudayaan, yaitu mempelajari kebudayaan sendiri dengan cara mempelajari adapt istiadat, bahasa, seni, agama, dan kepercayaan yang hidup dalam lingkungan kebudayaan masyarakat.

Sumber :  
<http://paidi99.blogspot.com/2008/07/sosialisasi-a.html>

### Pengertian Pemilihan Presiden (Pilpres)

Setelah amandemen keempat UUD 1945 pada 2002, pemilihan presiden dan wakil presiden (pilpres), yang semula dilakukan MPR, disepakati untuk dilakukan langsung oleh rakyat sehingga pilpres pun di masukkan ke dalam rezim pemilu. Pilpres pertama di lakukan pada tahun 2004. Berdasarkan UU nomor 22 tahun 2007, pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah di masukan ke rezim pemilu. Pilpres di adakan setiap 5 tahun sekali, tahun 2014 nanti adalah pilpres ketiga.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil pengumpulan data nantinya dianalisis secara deskriptif dengan berupaya menggambarkan apa yang ada di lapangan dengan kata-kata atau kalimat sesuai kondisi, riset deskriptif berfungsi untuk menggambarkan realitas tanpa menjelaskan hubungan antar variable.

Dalam penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana humas KPU kota Surabaya melakukan strategi komunikasi politiknya untuk mensosialisasikan Pilpres untuk tahun 2014. Dan menekan angka golput di kota Surabaya.

Subyek penelitian adalah humas KPU kota Surabaya yang mengetahui strategi komunikasi politik humas KPU Kota Surabaya dalam mensosialisasikan Pilpres tahun 2014.

#### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Observasi  
Observasi yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang menjadi sasaran penelitian.
2. Wawancara  
Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data yang didasarkan pada percakapan secara intensif dengan suatu tujuan tertentu. Wawancara dilakukan untuk mendapat berbagai informasi menyangkut masalah yang diajukan dalam penelitian. Wawancara dilakukan kepada responden yang dianggap menguasai masalah penelitian, yaitu humas KPU kota Surabaya.

### 3. Dokumentasi

Penulis juga menggunakan pengumpulan data melalui dokumentasi. Yakni teknik pengeumpulan data dengan cara mengumpulkan data-data dengan mencatat atau membuat salinan dari dokumen, buku, majalah atau arsip yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

#### Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial. Setelah mendapatkan pemahaman dari fokus penulisan, kemudian akan ditarik suatu simpulan berupa pemahaman umum berdasarkan kenyataan tersebut.

Untuk menganalisis penelitian ini, maka dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Pengumpulan informasi, melalui wawancara dan dokumentasi.
- b. Reduksi. Langkah ini adalah untuk memilih informasi mana yang mendukung untuk menjawab pertanyaan penelitian dan yang tidak.
- c. Penyajian. Setelah informasi dipilih maka disajikan bisa dalam bentuk uraian penjelasan.
- d. Tahap akhir, adalah menarik kesimpulan.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi politik humas KPU Kota Surabaya dalam mensosialisasi pilpres tahun 2014 dalam menimalisir jumlah golput ialah, sebagai berikut :

#### 1. Metode Bridge (Building Resources In Democracy Governance and Elections)

Dalam pelaksanaan sosialisasi dengan menggunakan model BRIDGE, peserta diajak untuk melakukan pembelajaran yang bersifat interaktif antar peserta. Sasaran metode Bridge ini ialah memilih pemuda sebagian besar adalah siswa – siswi Sekolah Menengah Atas. Beberapa materi yang disampaikan secara interaktif antara lain, pentingnya pemilu, system pemilu, tahapan pemilu, teknis pendataan pemilih, serta mengenal karakteristik pemimpin yang ideal. Meski dengan materi yang cukup banyak, para

peserta sangat menikmati proses sosialisasi tersebut.

## 2. Relawan Demokrasi (Relasi)

Program ini melibatkan peran serta masyarakat yang seluas - luasnya dimana mereka ditempatkan sebagai pelopor (pioneer) demokrasi bagi komunitasnya. Relawan demokrasi menjadi mitra KPU dalam menjalankan agenda sosialisasi dan pendidikan pemilih berbasis kabupaten/kota. Bentuk peran serta masyarakat ini diharapkan mampu mendorong tumbuhnya kesadaran tinggi serta tanggung jawab penuh masyarakat untuk menggunakan haknya dalam pemilu secara optimal. Program relawan demokrasi dilatar belakangi oleh partisipasi pemilih yang cenderung menurun. Tiga pemilu nasional terakhir dan pelaksanaan pilkada di berbagai daerah menunjukkan indikasi itu.

## 3. Sosialisasi ke komunitas dan minoritas di Surabaya

Tidak hanya para calon pemilih pemula seperti pelajar ataupun mahasiswa namun Humas KPU Kota Surabaya telah kesekian kali melakukan sosialisasi kepada minoritas dan komunitas yang tersebar di Surabaya.

Seperti yang dikatakan anggota KPU Kota Surabaya dalam menjawab pertanyaan, selain melakukan metode Bridge dan merekrut anggota Relawan Demokrasi (Relasi) apa saja sosialisasi yang dilaksanakan oleh Humas KPU Kota Surabaya.

Humas KPU Kota Surabaya melakukan sosialisasi di tempat - tempat minoritas seperti lokalisasi Dolly dan komunitas yang bermacam - macam di Surabaya. Pengarahan tentang pemilihan umum yang dilakukan oleh Humas KPU Kota Surabaya guna meningkatkan kembali minat masyarakat Kota Surabaya dalam pemilihan presiden tahun 2014.

Sebagai lembaga Negara dalam penyelenggaraan pemilihan umum di Indonesia, Humas KPU Kota Surabaya harus semaksimal mungkin dalam melakukan sosialisasi agar jumlah golput di Surabaya dapat dikurangi.

Kendala dan Solusi :

Kendala :

1. Anggaran dana dari KPU Pusat datang terlambat

2. Partai Politik tidak pernah melakukan sosialisasi untuk menarik partisipasi masyarakat bersama dengan KPU.

Solusi :

1. Melakukan sosialisasi dengan memasang baleho, pamflet, menyebarkan brosur.
2. Dan merencanakan pawai Bungan disepanjang jalan protokol di Surabaya.

## 5. KESIMPULAN

1. Strategi Komunikasi Politik yang digunakan KPU Kota Surabaya dalam sosialisasi pemilih pada pemilihan presiden tahun 2014 yaitu melakukan metode BRIDGE (Building Resources In Democracy Governance and Elections) dalam melakukan sosialisasi kepada calon pemilih pemula dengan memberikan pengarahannya hak suara. KPU Kota Surabaya juga merekrut Relawan Demokrasi (Relasi) untuk membantu sosialisasi kepada masyarakat Surabaya.

2. Kendala yang ditemui oleh KPU Kota Surabaya dalam mensosialisasi pemilihan presiden ialah anggaran dana dari KPU Pusat yang akan di gunakan untuk sosialisasi datangnya terlambat dan tidak ada sosialisasi dari partai politik. Yang ada ialah partai politik melakukan kampanye sesuai dengan kepentingan partai politiknya sendiri.

3. Dari kendala - kendala tersebut muncullah solusi yang telah dilakukan oleh KPU Kota Surabaya. Solusi yang dilakukan oleh KPU untuk tetap melakukan sosialisasi dengan dana yang terbatas ialah selain sosialisasi dengan seminar di dalam ruangan dan luar ruangan, KPU Kota Surabaya memasang baleho dan pamflet.

## SARAN

1. Seharusnya KPU Kota Surabaya mengajak semua partai politik untuk mengikuti sosialisasi kepada masyarakat agar hasil dari sosialisasi dapat maksimal dan masyarakat lebih mengetahui calon presiden yang diusung oleh partai politik.

2. Selayaknya KPU Kota Surabaya membuat lembaga survey sendiri untuk mengetahui dan menilai sejauh mana sosialisasi yang telah dilakukan oleh KPU

Kota Surabaya sudah memenuhi target dan mencapai tujuan.

3. Seharusnya KPU Kota Surabaya membuat sebuah acara di TPS - TPS Seluruh kota Surabaya dengan hadiah yang menarik untuk masyarakat. Sehingga masyarakat tertarik untuk mendatangi TPS tersebut dan berpartisipasi dalam pemilihan umum termasuk pemilihan presiden tahun 2014.

## 6. REFERENSI

- Adman, Nursal. 2004. Political Marketing, Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD. Jakarta: PT.Gramedia.
- Arifin, Anwar. 2006. Pencitraan Dalam Politik (Strategi Pemenangan Pemilu Dalam Perspektif Komunikasi Politik). Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Haryanto. Sistem Politik, Suatu Pengantar. Liberty : Yogyakarta
- Morissan, MA. 2006. Public Relations.
- Putra, I Gusti Ngurah. 1999. Manajemen Hubungan Masyarakat. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rossady, Ruslan. 2005. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Sahid, Komarudin. 2011. Memahami Sosiologi Politik. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Subakti, Ramlan. 1992. Memahami Ilmu Politik. Jakarta : Grasindo.
- Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2011. Tugas dan Kewenangan KPU.
- Venus, Antar. 2007. Manajemen Kampanye. Bandung: Rosdakarya
- Yulianita, Neni. 2003. Dasar – Dasar Public Relations. Pusat Penerbitan Universitas. Bandung.
- <http://elibrary.ub.ac.id/bitstream/123456789/20553/1/Analisi-lingkungan-sebagai-dasar-penetapan-strategi-korporat-%3A-Studi-pada-CV.-Argo-Tunggal,-Batu.pdf> , 6 Februari 2014
- <http://mrobby.wordpress.com/2010/12/31/pengertian-komunikasi-politik/3> Februari 2014
- <http://paidi99.blogspot.com/2008/07/sosialisasi.html>20 Oktober 2013
- <http://id.shvoong.com/law-and-politics/politics/2310207-pengertian-golput/#ixzz2iEpkhHRT>20 Oktober 2013
- [www.kpusurabaya.go.id](http://www.kpusurabaya.go.id)20 Oktober 2013