

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK KPUD LOMBOK UTARA
DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH PADA PEMILU 2024**Fathurrijal¹, Ishanan², Yusron Saudi³, Suhadah⁴

¹⁻⁴ Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, FAI Universitas Muhammadiyah Mataram
Email: fathurrijal9@gmail.com; ishanannans@gmail.com; yusron.saudi@gmail.com;
suhadah.kadri@gmail.com

Artikel histori:

Submit: 29-05-2024
Revisi: 19-06-2024
Diterima: 20-06-2024
Terbit: 30-06-2024

Kata Kunci:

political
communication,
KPUD,
voter participation,
general election

Korespondensi:

fathurrijal9@gmail.com

Abstrac: *The North Lombok Regional General Election Commission (KPUD) is a state institution that regulates the implementation of democratic contestation at the regional level of North Lombok, West Nusa Tenggara Province. One of the main functions of the regional KPU is to carry out political communication activities to socialize the stages of the General Election (Election) to the public so that people's political participation increases. This study examines how the political communication strategy carried out by The North Lombok Regional General Election Commission (KPUD), from the aspects of Process, planning, messages, political communication media and community participation. This study uses a qualitative descriptive approach, research data is obtained from various sources. The results of this study show that the process, planning, messaging, and political communication media of The North Lombok Regional General Election Commission (KPUD) in the 2024 election are carried out through political education, the use of cultural facilities, watching tancap screen movies together, through collection and counting simulations at TPS Real. Through the cooperation of local mass media, and the KPU Goes To School program. All of these activities are to awaken, and foster public awareness to go to the Polling Station (TPS).*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Komisi Pemilihan Umum Daerah adalah salah satu lembaga Negara yang diberikan mandat dan kewenangan untuk menyelenggarakan pemilihan umum di tingkat daerah. Oleh karenanya, KPUD Lombok Utara tentu punya tanggung jawab yang besar. Suksesnya sebuah perhelatan pemilu, sangat bergantung dari bagaimana lembaga penyelenggara Pemilu tersebut membangun strategi

Komunikasi politiknya antara penyelenggara pemilu lainnya, peserta pemilu, dan masyarakat pemilih.

Peran dan fungsi penyelenggara pemilu termasuk di dalamnya komisi pemilihan umum dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat, sangat dibutuhkan tidak hanya sebatas menggugurkan kewajiban, namun harus disertakan dengan aktivitas komunikasi politik yang massif, sampai terbangunnya kesadaran pemilih untuk datang ke tempat pemungutan suara (Pureklolon, 2016)

Peningkatan partisipasi politik masyarakat pada hari pemilihan tidak dapat hanya dibebankan kepada Komisi Pemilihan Umum (KPU), namun semua stakeholder harus terlibat. Oleh karenanya, Komisi Pemilihan Umum di semua tingkatan harus mampu membangun sinergisitas dengan penyelenggara lain, peserta pemilu dan masyarakat pemilih di tingkat paling bawah (Fanaqi, 2018).

Dalam Undang-Undang Nomor 17 Tentang pemilihan umum, pasal 12 Ayat 4 dan ayat 10 disebutkan bahwa KPU bertugas (1) Mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, dan memantau semua tahapan Pemilu, dan (2) Menyosialisasikan Penyelenggaraan Pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kepada masyarakat (Undang-Undang No 17 Tentang Pemilihan Umum).

Kegiatan koordinasi dan sosialisasi tentang kepemiluan, merupakan bagian integral dari kegiatan komunikasi politik, maka komunikasi politik KPU tidak dapat dipisahkan sebagai saluran untuk menjembatani partisipasi politik masyarakat pemilih. Oleh karenanya, strategi komunikasi politik harus disiapkan dengan baik agar partisipasi politik masyarakat meningkat. Partisipasi politik adalah kontribusi warga Negara dalam menentukan keputusan yang dapat mempengaruhi kehidupannya, karena sejatinya pemerintah itu berasal dari rakyat, diperoleh dari rakyat dan diperuntukkan bagi kemaslahatan dan kemakmuran rakyat (Surbakti, 2007; Kario, 2017)

Salah satu wujud partisipasi warga negara dalam politik praktis adalah hadir menyalurkan hak suara di bilik tempat pemungutan suara, ikut terlibat memberikan bantuan dana kampanye, ikut terlibat sebagai penyelenggara pemilu, atau ikut terlibat menjadi tim sukses salah satu calon atau pasangan calon dengan memobilisasi massa dukungan dan ikut terlibat dalam tindakan atau kegiatan politik yang bertujuan untuk mempengaruhi hasil proses pemilihan (Huntington, 1994).

Legitimasi kekuasaan dalam politik elektoral, diukur dari tingkat partisipasi masyarakat pemilih, semakin tinggi partisipasi politik warga, semakin tinggi dan kuat legitimasi penyelenggara pemilu dan pemenang pemilu. Partisipasi pemilih yang tinggi dalam setiap pemilu sebagai indikator keberhasilan pemilu dan akan berdampak terhadap kuatnya legitimasi pada pemerintahan yang dihasilkan (Ramadhanil, 2015).

Dalam pandangan peneliti, partisipasi politik masyarakat pemilih di Lombok Utara dapat dijadikan sebagai referensi terkait dengan tingkat partisipasi pemilih dalam setiap pemilu yang mengalami dinamisasi. Pada beberapa kali pelaksanaan pemilihan umum (pemilu) tingkat partisipasi pemilih dalam pemilu masih tinggi. Pada pemilu 2019 partisipasi aktif pemilih di Lombok Utara sebesar 82%, pada pilkada 2020 partisipasi masyarakat pemilih sebesar 88,20%.

Selanjutnya pada pemilihan presiden dan wakil presiden, dan pemilihan legislatif 2024 sebesar 87,5% dari jumlah DPT sebanyak 183.391 yang tersebar di 749 tempat pemungutan suara (Sumber: KPU Lombok Utara).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya target partisipasi masyarakat yang telah ditetapkan oleh KPU Lombok Utara pada pemilu 2024, tentu untuk mencapai target yang telah ditetapkan tersebut, dibutuhkan strategi komunikasi politik untuk dapat merealisasikannya. KPU Lombok Utara memiliki komitmen tinggi untuk merawat dan meningkatkan partisipasi politik masyarakat, komitmen tersebut dibuktikan dengan penggunaan berbagai sarana dan strategi komunikasi politik untuk mensosialisasikan tahapan-tahapan pemilu 2024. Bagaimana bentuk strategi komunikasi politik yang telah dilakukan oleh KPU Lombok Utara dalam berkoordinasi, dan sosialisasi tentang kepemiluan, itulah yang dipaparkan dalam penelitian ini.

KAJIAN LITERATUR

Kajian tentang strategi komunikasi politik memiliki banyak varian dan tafsir. Siagian misalnya, menyebut strategi merupakan serangkaian tindakan yang dibuat oleh manajemen puncak, dan dikerjakan oleh seluruh jajaran organisasi (Siagian, 2007). Sedangkan kata komunikasi, seringkali diartikan sebagai sebuah tindakan dari dua orang atau lebih untuk menemukan kesamaan makna, antara pemberi pesan dengan penerima pesan, dalam hal ini yang diharapkan dari kesamaan makna adalah kesamaan persepsi, kesamaan referensi, wawasan, dan visi-misi. Strategi komunikasi dibutuhkan agar tercipta kesamaan makna (Efendy, 2015). (Efendy, 2015)

Adapun istilah, politik disebutkan oleh para ahli sebagai tindakan atau upaya yang dilakukan untuk mewujudkan masyarakat yang baik, agar tercipta keputusan politik yang baik, agar tercipta kebijakan kekuasaan yang berorientasi pada nilai-nilai keadilan bagi semua masyarakat (Budiarjo, 2018). Agar tindakan-tindakan politik yang sudah ditetapkan, dapat melahirkan kesamaan makna antara pemberi pesan politik dan penerima pesan politik dibutuhkan alternatif strategi komunikasi politik. Apabila alternatif pertama tidak berhasil, maka alternatif berikutnya bisa digunakan dan seterusnya. Strategi komunikasi politik sangat tergantung pada situasi, kondisi dan tujuan komunikasi yang sudah ditetapkan (Eviany, 2019).

Strategi komunikasi politik meliputi dimensi ketokohan, kelembagaan dan membangun konsensus, serta berkaitan dengan pembuatan, penyebarluasan, penerimaan informasi yang berkaitan dengan politik, baik melalui interaksi antar manusia atau melalui perantara media massa. Strategi komunikasi politik lebih pada upaya dan tindakan yang dilakukan untuk merawat citra positif, yang dapat mempengaruhi kekuatan politik yang dimiliki oleh seseorang (Anwar, 2011).

Masih disebutkan oleh Anwar, agar tindakan strategi komunikasi politik melahirkan citra positif, dan mempengaruhi kekuatan politik dibutuhkan langkah-langkah sebagai berikut. Pertama *Redundancy* yakni upaya mempengaruhi masyarakat atau audeins dengan mengulang-ulang pesan politik yang menjadi pikiran utama dari pesan komunikasi. Kedua *Canalizing*, yakni memahami kondisi khalayak. Ketiga *informatif* yakni mempengaruhi khalayak dengan memberikan

informasi tentang fakta-fakta. Keempat *Persuasif* yakni mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk, agar terpengaruh secara sadar (*suggestif*) (Anwar, 2011).

Lebih lanjut dijelaskan oleh Anwar, strategi komunikasi politik juga dapat mengadopsi metode *Adaption* proses, metode ini dikenal dengan skema AIDDA (*attention, interest, desire, decision* dan *action*). *Attention* upaya membangkitkan perhatian komunikan terlebih dahulu, setelah itu menumbuhkan minat (*interest*), setelah itu komunikan diharapkan memiliki hasrat (*desire*) untuk menerima pesan dan akhirnya komunikan akan mengambil keputusan (*decision*) dan merealisasikan pesan yang diterima dengan tindakan (*action*) (Anwar, 2011).

Terdapat beberapa hal yang semestinya difahami sebelum menerapkan strategi komunikasi politik di lapangan. *Pertama*, menjadikan visi organisasi sebagai acuan dalam mengatur kegiatan komunikasi. *Kedua*, menetapkan perencanaan yang berbasis pada data lapangan (*fact finding*). *Ketiga*, menetapkan taktik dan memertimbangkan kemampuan internal, dan situasi lapangan. *Keempat*, Menempatkan komponen-komponen komunikasi sesuai dengan konteks lingkungan yang dihadapi. *Kelima*, menyusun pola aktivitas komunikasi agar strategi menjadi jelas dan dapat dijalankan (Brown, 2002).

Penggunaan strategi komunikasi politik telah banyak digunakan oleh berbagai lembaga dan organisasi, termasuk oleh Komisi Pemilihan Umum. Hal demikian terlihat dari beberapa kajian-kajian terdahulu yang mengangkat komunikasi politik KPU dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilihan umum.

Penelitian Dewi dkk (2022) menyebutkan bahwa angka partisipasi politik masyarakat dalam pemilu masih tergolong rendah. Karen berbanding lurus dengan data golongan putih (golput) masih tinggi. Hal tersebut disebabkan oleh minimnya terpaan informasi tentang tahapan pemilu. Oleh karenanya peran KPU sebagai lembaga penyelenggara pemilu kepala daerah, DPR, DPD, DPRD, dan Presiden, sangat penting dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Penelitian ini merekomendasikan kepada KPU untuk memaksimalkan kegiatan pendidikan politik, sosialisasi politik, simulasi pemilu, dan penyedia aksesibilitas dalam proses pemilu (Dewi, 2022)

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ishanan, dkk (2022). Pada penelitian ishanan ini disebutkan bahwa pada pelaksanaan pilkada 2020, strategi komunikasi yang digunakan oleh KPU Lombok Utara adalah strategi komunikasi yang dilandasi pada *psikodinamika, sociocultural* dan konstruksi pengetahuan. Penggunaan strategi komunikasi tersebut sebagai upaya dari KPU Lombok Utara dalam membangun kedekatan emosional, dan kedekatan budaya (Ishanan, 2022).

Penelitian Kusmiati, dkk (2024) juga menyoroti tentang bagaimana peran KPU Kabupaten Bogor dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu 2024. Kegiatan sosialisasi melalui kirab pemilu, pendidikan pemilih, dan pendistribusian informasi melalui media sosial, dijadikan sebagai saluran komunikasi oleh KPU Kabupaten Bogor, dalam rangka untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat Kabupaten Bogor pada setiap momentum pemilihan umum (Kusmiati, 2024).

Kemudian penelitian Muhazir, A. Dkk (2023). Menyebutkan bahwa, KPU Banyumas masih lemah dan minim dalam hal pengelolaan dan pendistribusian pesan-pesan tentang pemilihan, selain itu juga masih lemah dalam pengelolaan isu-isu politik strategis, tidak memaksimalkan peran dan keberadaan media massa. KPU Kabupaten Banyumas lebih mengandalkan laman pemberitaan sendiri berupa website dan Instagram (Muhazir, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dan peneliti sebagai Instrument kunci dalam penelitian ini (Sugiyono, 2012). Penelitian ini dilakukan di KPUD Lombok Utara. Ada dua jenis data yang menjadi sumber data utama dalam penelitian ini, *Pertama*, data primer yang berasal dari kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh KPUD Lombok Utara dalam meningkatkan partisipasi pemilih. *Kedua*, Data sekunder berupa data pelengkap dan bersifat menguatkan data primer. Kedua data-data tersebut didapat melalui serangkaian observasi partisipatif, wawancara, dan dokumentasi berupa data tentang catatan, transkrip, buku, surat kabar cetak dan online, majalah, prasasti, notulen, rapat, dan lain sebagainya (Mustari, 2012; Arikunto, 2010).

Data-data yang sudah ditemukan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis domain. Data yang ditarget dianalisis untuk memperoleh gambaran seutuhnya tentang objek yang diteliti, tanpa harus diperinci unsur-unsur yang ada dalam penelitian tersebut (Mustari, 2012).

PEMBAHASAN

A. Partisipasi politik masyarakat pemilih di Lombok Utara pada pemilu 2024

Pemilihan umum yang digelar bulan Februari 2024 lalu adalah untuk memilih presiden dan wakil presiden, Anggota DPR RI, Anggota DPD RI, Anggota DPRD Provinsi NTB, Anggota DPRD Kabupaten Lombok Utara. Partisipasi politik masyarakat pemilih yang tersebar di seluruh daerah Kabupaten Lombok Utara termasuk tinggi, namun tingkat partisipasi politik masyarakat pemilih mengalami dinamisasi. Sebagaimana informasi dari data lapangan yang didapatkan oleh tim peneliti, tingkat partisipasi politik masyarakat pemilih pada hari pencoblosan di setiap kecamatan mengalami variasi, tingkat partisipasi politik masyarakat pemilih berada pada angka di atas 87%.

Jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) untuk pemilu 2024 di Kabupaten Lombok Utara sebanyak 183.391 orang, terdiri dari pemilih Laki-Laki sebanyak 90.633 orang dan pemilih Perempuan sebanyak 92.758 orang. Dan jumlah pemilih yang menyalurkan hak politiknya sebanyak 160.515 orang atau sekitar 87,53 persen. Partisipasi politik pemilih laki-laki 77.917 dan partisipasi politik dari kaum Perempuan sebanyak 82.598 orang (KPU Lombok Utara, 2024).

Tingkat partisipasi politik masyarakat pemilih di setiap Kecamatan yang tersebar di Kabupaten Lombok Utara dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel: 1. Tingkat Partisipasi politik masyarakat pemilih pada pemilihan anggota DPRD Kab. Lombok Utara pada pemilu 2024

No	Nama Kecamatan	Jumlah DPT	Pengguna Hak Pilih	Prosentase
1	Kec. Pemenang	29.500	25.414	86,15%
2	Kec. Tanjung	40.982	36.462	88,97%
3	Kec. Gangga	38.459	33.685	87,59%
4	Kec. Kayangan	34.495	29.624	85,88%
5	Kec. Bayan	39.555	35.330	88,42%
Jumlah		183.391	160.515	87,53%
Jumlah DPT Laki-laki		90.633	77.917	
Jumlah DPT Perempuan		92.758	82.598	

Sumber: Model D Hasil Pemilihan Anggota DPRD Kab. Lombok Utara KPUD Lombok Utara 2024

Tingkat partisipasi politik pada pemilihan Anggota DPRD Kabupaten Lombok Utara sebesar 87,53 persen. Tabel 1 memperlihatkan jumlah DPT di Kabupaten Lombok Utara berjumlah 183.391 orang, Pemilih laki-laki sebanyak 90.633 orang dan pemilih perempuan sebanyak 92.758 orang. Masyarakat pemilih yang menyalurkan hak suaranya sebanyak 160.515 orang. Terdiri dari pemilih Laki-Laki 77.917 orang dan pemilih Perempuan sebanyak 82.598 orang. Kecamatan Tanjung menjadi penyumbang partisipasi politik tertinggi sebesar 88,97 persen. Kecamatan Bayan sebesar 88,42 persen, Kecamatan Gangga sebesar 87,59 persen, Kecamatan Pemenang dengan tingkat partisipasi sebesar 86,15 persen dan Kecamatan Kayangan dengan tingkat partisipasi sebesar 85,88 persen.

Tabel 2. Tingkat partisipasi politik masyarakat pemilih pada pemilihan anggota DPRD Provinsi NTB di Kab. Lombok Utara pada pemilu 2024

No	Nama Kecamatan	Jumlah DPT	Pengguna Hak Pilih	Prosentase
1	Kec. Pemenang	29.500	25.421	86,17%
2	Kec. Tanjung	40.982	36.463	88,97%
3	Kec. Gangga	38.459	33.687	87,59%
4	Kec. Kayangan	34.495	29.624	85,88%
5	Kec. Bayan	39.555	35.331	88,43%
Jumlah		183.391	160.526	87,53%
Jumlah DPT Laki-laki		90.633	77.921	
Jumlah DPT Perempuan		92.758	82.605	

Sumber: Model D Hasil Pemilihan Anggota DPRD Provinsi NTB KPUD Lombok Utara 2024

Tingkat partisipasi politik masyarakat pemilih di Lombok Utara pada pemilihan Anggota DPRD Provinsi NTB pada pemilu 2024 sebesar 87,53 persen. Tabel 2 mengkonfirmasi bahwa yang memiliki hak suara pada pemilu 2024 di Kabupaten Lombok Utara berjumlah 183.391 orang. Jumlah Pemilih laki-laki sebanyak 90.633 orang dan pemilih perempuan sebanyak 92.758 orang. Jumlah pemilih yang menyalurkan suara sebanyak 160.515 orang. Terdiri dari Pemilih Laki-Laki sebanyak 77.921 orang dan pemilih Perempuan sebanyak 82.605 orang. Kecamatan tanjung menjadi Kecamatan tertinggi tingkat partisipasinya, dengan angka partisipasi sebesar 88,97 persen. Kecamatan Bayan sebesar 88,43 persen, Kecamatan Gangga sebesar 87,59 persen, Kecamatan Pemenang sebesar 86,17 persen dan Kecamatan Kayangan sebesar 85,88 persen.

Tabel 3. Tingkat Partisipasi politik masyarakat pemilih pada pemilihan anggota DPR RI di Kab. Lombok Utara pada pemilu 2024

No	Nama Kecamatan	Jumlah DPT	Pengguna Hak Pilih	Prosentase
1	Kec. Pemenang	29.500	25.428	86,20%
2	Kec. Tanjung	40.982	36.463	88,97%
3	Kec. Gangga	38.459	33.690	87,60%
4	Kec. Kayangan	34.495	29.624	85,88%
5	Kec. Bayan	39.555	35.336	88,44%
Jumlah		183.391	160.541	87,54%
Jumlah DPT Laki-laki		90.633	77.930	
Jumlah DPT Perempuan		92.758	82.611	

Sumber: Model D Hasil Pemilihan Anggota DPR RI KPUD Lombok Utara 2024

Data pada tabel 3 di atas, menjelaskan bahwa jumlah DPT yang memiliki hak suara pada pemilu 2024 di Kabupaten Lombok Utara berjumlah 183.391 orang, terdiri dari pemilih laki-laki sebanyak 90.633 orang dan pemilih perempuan sebanyak 92.758 orang. Jumlah masyarakat pemilih yang berpartisipasi pada pemilihan anggota DPR RI di Kabupaten Lombok Utara sebanyak 160.541 orang, terdiri dari pemilih Laki-Laki sebanyak 77.930 orang dan pemilih Perempuan sebanyak 82.611 orang.

Kecamatan tanjung menjadi kecamatan tertinggi penyumbang tingkat partisipasi politik masyarakat pemilih pada pemilihan anggota DPR RI dengan angka partisipasi sebesar 88,97 persen. Kecamatan Bayan dengan angka partisipasi sebesar 88,44 persen, Kecamatan Gangga sebesar 87,60%, Kecamatan Pemenang dengan tingkat partisipasi sebesar 86,20 persen dan Kecamatan Kayangan sebesar 85,88%.

Tabel. 4. Tingkat Partisipasi politik masyarakat pemilih pada pemilihan anggota DPRD RI di Kab. Lombok Utara pada pemilu 2024

No	Nama Kecamatan	Jumlah DPT	Pengguna Hak Pilih	Prosentase
1	Kec. Pemenang	29.500	25.428	86,20%
2	Kec. Tanjung	40.982	36.464	88,98%

3	Kec. Gangga	38.459	33.693	87,61%
4	Kec. Kayangan	34.495	29.624	85,88%
5	Kec. Bayan	39.555	35.336	88,44%
Jumlah		183.391	160.545	87,54%
Jumlah DPT Laki-laki		90.633	77.931	
Jumlah DPT Perempuan		92.758	82.614	

Sumber: Model D Hasil Pemilihan Anggota DPD RI KPUD Lombok Utara 2024

Selanjutnya angka partisipasi pada pemilihan Anggota DPD RI pada pemilu 2024, tergolong tinggi yakni sebesar 87,54 persen. Tabel 4 memperlihatkan bahwa jumlah 183.391 orang, terdiri dari pemilih laki-laki sebanyak 90.633 orang dan pemilih perempuan sebanyak 92.758 orang. Pemilih yang menyalurkan hak suaranya sebanyak 160.545 orang. Dengan rincian, jumlah pemilih Laki-Laki sebanyak 77.931 orang dan pemilih Perempuan sebanyak 82.614 orang.

Partisipasi masyarakat pemilih yang di Kecamatan Tanjung sebesar 88,98 persen menjadi pemilih tertinggi yang menyalurkan haknya. Kecamatan Bayan dengan angka partisipasi sebesar 88,44 persen, Kecamatan Gangga sebesar 87,61 persen, Kecamatan Pemenang sebesar 86,20 persen dan Kecamatan Kayangan dengan tingkat partisipasi masyarakat pemilih sebanyak 85,88 persen.

Tabel 5. Tingkat Partisipasi politik masyarakat pemilih pada pemilihan Presiden dan Pemilihan wakil Presiden (PPWP) di Kab. Lombok Utara pada pemilu 2024

No	Nama Kecamatan	Jumlah DPT	Pengguna Hak Pilih	Prosentase
1	Kec. Pemenang	29.500	25.450	86,27%
2	Kec. Tanjung	40.982	36.481	89,02%
3	Kec. Gangga	38.459	33.698	87,62%
4	Kec. Kayangan	34.495	29.639	85,92%
5	Kec. Bayan	39.555	35.346	88,46%
Jumlah		183.391	160.416	87,58%
Jumlah DPT Laki-laki		90.633	77.965	
Jumlah DPT Perempuan		92.758	82.649	

Sumber: Model D Hasil Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden RI KPUD Lombok Utara 2024

Untuk pemilihan Presiden dan Wakil Presiden RI pemilu 2024, partisipasi pemilih di Lombok Utara sebesar 87,58 persen. Data pada tabel 5 memperlihatkan bahwa jumlah DPT sebanyak 183.391 orang, terdiri dari pemilih laki-laki sebanyak 90.633 orang dan pemilih perempuan sebanyak 92.758 orang. Jumlah partisipasi masyarakat sebanyak 160.416 orang, terdiri dari pemilih Laki-Laki sebanyak 77.965 orang dan pemilih Perempuan sebanyak 82.649 orang

Partisipasi politik masyarakat di Kecamatan Tanjung menjadi penyumbang tertinggi angka partisipasi sebanyak 89,02 persen. Kemudian Kecamatan Bayan sebesar 88,46 persen, Kecamatan Gangga sebesar 87,62 persen, kemudian Kecamatan Pemenang dengan tingkat partisipasi sebesar 86,27 persen dan

terakhir Kecamatan Kayangan dengan tingkat partisipasi masyarakat pemilih sebesar 85,92 persen.

Dari data-data di atas memperlihatkan bahwa angka partisipasi politik masyarakat pemilih yang mencapai 87,5 persen adalah suatu capaian yang luar biasa yang dilakukan oleh KPUD Lombok utara. Dengan demikian, kinerja Komisi Pemilihan Umum dapat digolongkan sudah maksimal, karena tingkat partisipasi politik masyarakat pemilih cukup tinggi. Tentu hal demikian dikarenakan kerja maksimal KPUD Lombok Utara dan jajarannya melakukan sosialisasi ke pemilu kepada masyarakat pemilih.

B. Sosialisasi sebagai strategi komunikasi politik KPUD Lombok Utara

Keterlibatan masyarakat Indonesia di semua aspek kehidupan, termasuk dalam kontestasi demokrasi menjadi indikasi bahwa proses berdemokrasi di Negara ini sudah *on the track*, dimana keterbukaan dan pemenuhan hak masyarakat sudah mulai disetarakan, pelaksanaan pemilihan umum menjadi contoh dimana semua anak bangsa dapat berkompetisi adu gagasan dalam memajukan Indonesia dan daerah masing-masing anak bangsa. Ini buah dari gerakan reformasi 1998 silam, berhasil membuka Pandora keterungkungan demokrasi yang hanya dinikmati oleh segelintir orang. Pelaksanaan pemilihan umum (pemilu) baik untuk pemilihan anggota legislatif, presiden dan wakil presiden dan pemilihan umum untuk kepala daerah yang dapat diikuti oleh semua lapisan masyarakat menjadi bukti nyata, Demokrasi di Indonesia telah menemukan jati diri dan esensinya (Fauzia, 2019)

Namun, untuk mempertahankan kematangan berdemokrasi semua anak bangsa yang memiliki hak suara, pada setiap kontestasi pemilu, maka lembaga penyelenggara tidak boleh berhenti bekerja mensosialisasikan tahapan-tahapan pemilu kepada masyarakat pemilih. Dalam undang-undang No 20 tahun 2017 tentang pemilihan umum, pasal 18 ayat 10, menyebutkan bahwa di antara tugas Komisi Pemilihan Umum adalah mensosialisasikan penyelenggaraan pemilu kepada Masyarakat.

Tugas dan wewenang demikianlah yang telah dilakukan oleh KPUD Lombok Utara, sebagai salah satu entitas yang berwenang menyelenggarakan pemilu di tingkat daerah, KPUD Lombok Utara telah banyak melakukan kegiatan sosialisasi ke pemilu kepada masyarakat pemilih, sebagai bentuk dari implementasi strategi komunikasi politik untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilu 2024 di kabupaten Lombok Utara.

Berbagai strategi komunikasi politik yang ditempuh oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Lombok Utara, agar masyarakat pemilih aktif menyalurkan hak suaranya ke tempat pemungutan suara (TPS). Para pemilih dibekali dengan pemahaman ke pemilu melalui sosialisasi dan pendidikan politik, agar pemilih mampu memahami dengan utuh tentang pentingnya pemilihan umum, sehingga mereka mampu menentukan pilihannya sendiri tanpa harus terikat dengan intervensi dan bujuk rayu orang lain.

Sosialisasi dan pendidikan politik yang telah dilakukan oleh KPUD Lombok Utara dapat dilihat sebagai implementasi dari strategi komunikasi politik, karena setidaknya empat hal yang sudah ditempuh oleh KPUD Lombok Utara. *Pertama,*

KPUD Lombok Utara telah melewati proses komunikasi politik. *Kedua*, KPUD Lombok Utara telah melakukan berbagai macam perencanaan komunikasi politik sebelum melakukan tindakan komunikasi, *Ketiga*, KPUD Lombok Utara menentukan pesan-pesan komunikasi politik sebelum mendistribusikan dan mensosialisasikannya kepada masyarakat pemilih. *Keempat*, KPUD Lombok utara melakukan kerjasama dengan media massa sebagai media komunikasi politik.

Aktivitas komunikasi politik secara umum dapat dipandang sebagai proses, karena memiliki konsekuensi, karena semua kegiatan dan aktivitas komunikasi politik merupakan aktivitas yang berlangsung secara terus-menerus. Sebagai suatu proses, strategi komunikasi politik yang sudah ditetapkan oleh KPUD Lombok Utara, karena dalam pandangan Dan Nimmo (2005), KPUD Lombok Utara setidaknya melibatkan lima unsur penting dalam kegiatan sosialisasinya. *Pertama*, terdapat unsur aktor (aktor atau partisipan dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum Daerah Lombok Utara). *Kedua*, terdapat unsur pesan (terdapat ada pesan-pesan politik yang disampaikan ke masyarakat pemilih). *Ketiga*, terdapat unsur saluran (KPUD Lombok Utara menyampaikan pesan politik melalui saluran media dan saluran komunikasi lainnya). *Keempat*. Terdapat unsur situasi atau konteks (Pesan-pesan politik yang disampaikan adalah tentang politik kepemiluan, karena ada agenda pemilu), dan *Kelima*. Terdapat unsur pengaruh atau efek (Bagaimana dampak dari kegiatan komunikasi politik terhadap partisipasi politik masyarakat) (Nimmo, 2005).

Selain proses, strategi komunikasi politik tidak luput dari Perencanaan Komunikasi Politik. Sebagai penyelenggara pemilu di tingkat daerah, KPUD Lombok Utara, telah memiliki perencanaan komunikasi politik yang tersistematis dan terjadwal dengan baik. Dalam pandangan Burhan Bungin (2018), tujuan dari perencanaan komunikasi politik adalah agar informasi-informasi komunikasi politik yang sudah direncanakan untuk disampaikan ke masyarakat pemilih, dapat terserap dengan baik (Bungin, 2018).

Interaktifitas antara KPUD Lombok Utara dengan masyarakat pemilih dijamin keberlangsungan oleh Perencanaan komunikasi politik. Dan Interaktifitas komunikasi politik itu sendiri, setidaknya memiliki lima dimensi yaitu (1) Dimensi arah proses komunikasi politik, (2) Dimensi fleksibilitas waktu dan peran pertukaran, (3) Dimensi kesadaran akan lokasi & lingkungan tempat berlangsungnya komunikasi politik, (4) Dimensi level kontrol terhadap lingkungan tempat berlangsungnya komunikasi politik, dan (5) Dimensi orientasi komunikasi yang bermuara pada pertukaran dan persuasi (McQuail, 1992).

Selanjutnya adalah pesan-pesan politik dari kegiatan komunikasi politik yang dilakukan oleh KPU Lombok Utara adalah pesan-pesan yang berkaitan dengan tahapan-tahapan kepemiluan. Pesan komunikasi politik akan cepat sampai kepada masyarakat pemilih melalui bantuan media komunikasi politik. Pendistribusian pesan-pesan komunikasi politik melalui media massa (baik media massa online, cetak dan elektronik) akan berimplikasi pada kecepatan sirkulasi informasi politik dari KPUD Lombok Utara sebagai komunikator politik ke masyarakat pemilih sebagai Komunikan (Pawito, 2002).

Keberhasilan aktifitas komunikasi politik akan mudah diterima bila pesan yang dikirimkan dimaknai sama oleh komunikator dan komunikan sesuai dengan

perencanaan dan acuan yang telah ditetapkan. Karena kegiatan komunikasi itu sendiri adalah proses pertukaran ide atau gagasan secara sederhana sebagai upaya pemenuhan kebutuhan hidup. Komunikasi merupakan proses pendistribusian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui berbagai macam media, dan berdampak kepada kedua belah pihak, baik secara primer maupun sekunder, komunikasi dapat berlangsung antar kelompok maupun antar individu (Ilaihi, 2010; Nasrullah, 2014; Widjadja, 2010).

Kegiatan sosialisasi kepemiluan yang dilakukan oleh KPUD Lombok Utara, dilakukan tidak secara tiba-tiba, namun disertai dengan persiapan, strategi dan perencanaan yang matang. Karena segmen masyarakat pemilih di Lombok Utara beragam, maka strategi pendistribusian informasi atau pesan-pesan tentang kepemiluan diatur secara sistematis dan sesuai dengan tahapan-tahapan yang sudah ditetapkan oleh KPU. Tentu hal demikian dilakukan sebagai upaya untuk mempersuasi, dan membujuk pemilih agar menyalurkan hak pilihnya. Membujuk dan mempersuasi masyarakat pemilih dalam konteks komunikasi adalah sebagai sarana untuk menggugah masyarakat pemilih (komunikan) agar hati mereka terbuka dan berkenan menerima pesan-pesan politik yang disampaikan oleh komunikator (dalam hal ini KPUD Lombok Utara) (Soemirat, 2016).

Tim peneliti menemukan beberapa kegiatan sosialisasi kepemiluan sebagai bentuk implementasi strategi komunikasi politik yang ditempuh oleh KPUD Lombok Utara, untuk mempersuasi atau menggugah hati masyarakat pemilih untuk berpartisipasi aktif pada pemilu 2024. Diantaranya adalah:

1. Sosialisasi Pemilu 2024 melalui pendidikan politik

Sosialisasi dan Pendidikan politik bagi masyarakat pemilih yang dilakukan oleh KPUD Lombok Utara, berisi tentang kepemiluan dan tahapan-tahapan pemilihan umum yang menasar berbagai segmentasi masyarakat pemilih. Salah satu segmen masyarakat pemilih yang didekati adalah pemilih di kalangan disabilitas. Kegiatan pendidikan politik bagi pemilih disabilitas bertepatan dengan "Wujudkan Pemilu 2024 Sebagai Pemilu Inklusif dan Ramah Disabilitas".

Menurut Kardi (Ketua Divisi Teknis dan Penyelenggaraan Pemilu KPUD Lombok Utara), kegiatan pendidikan politik bagi pemilih disabilitas tersebut, bekerjasama dengan komunitas Persatuan Penyandang Disabilitas Indonesia (PPDI) Lombok Utara. Kegiatan tersebut bertujuan agar pemilih disabilitas, dapat menggunakan hak pilihnya dengan nyaman tanpa tekanan maupun kesulitan (Sumber: facebook KPU Lombok Utara).

Sementara itu, informasi dari Nizamudin (Ketua Divisi Hukum dan Pengawasan KPUD Lombok Utara) menegaskan bahwa keberadaan pemilih disabilitas harus mendapatkan pelayanan yang sama dengan masyarakat pemilih lainnya. Tidak ada orang atau Kelompok Masyarakat yang bisa diabaikan haknya sebagai pemilih atau yang dipilih, termasuk pemilih Disabilitas (Sumber: Facebook KPUD Lombok Utara).

Juraidin (Ketua KPU Lombok Utara) menambahkan bahwa, "Salah satu strategi komunikasi politik yang kami lakukan dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat pemilih adalah melakukan pendekatan kepada

kelompok-kelompok perempuan, disabilitas, marjinal dan kelompok keagamaan, selain sosialisasi tahapan kepemiluan di Lombok Utara, kami juga memberikan Pendidikan politik yang berkaitan tentang pentingnya partisipasi masyarakat dalam memilih wakilnya di DPR baik di tingkat kabupaten/kota, provinsi dan pusat. Serta pentingnya memilih Presiden dan wakil Presiden. Tentu kita sentuh kesadaran hati nurani masyarakat agar mereka dengan kesadaran sendiri hadir dan datang ke tempat-tempat pemungutan suara” (Wawancara Bersama Ketua KPU Lombok Utara, 25 November 2023).

Tim peneliti menemukan data di lapangan, bahwa terdapat beberapa agenda kegiatan sosialisasi kepemiluan sebagai sarana pendidikan politik bagi masyarakat pemilih yang sudah dilakukan oleh KPU Lombok Utara. diantaranya adalah sosialisasi pemilih perempuan di Kecamatan Bayan dan Tanjung, kemudian kegiatan Sosialisasi Pemilih Disabilitas di kecamatan Pemenang, kemudian sosialisasi pemilih marjinal di Kecamatan Gangga, ada juga kegiatan sosialisasi pemilih segmen keagamaan di seluruh Kecamatan dan Desa se-Lombok Utara.

Gambar 1. Sosialisasi dan Pendidikan Politik Bagi Pemilih 2024 “Segmen Pemilih Disabilitas”



(Sumber: facebook KPU Lombok Utara).

2. Sosialisasi Pemilu 2024 melalui sarana kebudayaan

Dalam melaksanakan sosialisasi dan Pendidikan politik bagi masyarakat pemilih, KPU Lombok Utara juga menggunakan pendekatan Budaya, melalui pertunjukan wayang kulit. Dalam pertunjukan wayang kulit tersebut, materi yang disampaikan adalah tentang pentingnya pemilihan umum bagi keberlangsungan demokrasi. Pesan-pesan politik dari KPU Lombok Utara melalui pertunjukan wayang kulit, menggunakan Bahasa daerah. Pagelaran Wayang Kulit Sasak Sekar Gadung Dayan Gunung, Pimpinan Bapak Dulatip bertempat di Dusun Tlotok, Desa Sokong Kecamatan Tanjung.

Menurut pandangan Ketua KPU Lombok Utara, Pendekatan melalui budaya adalah bagian dari strategi komunikasi politik untuk menyampaikan pesan-pesan kepemiluan kepada masyarakat. Dengan pendekatan kebudayaan, pesan-pesan politik terkait kepemiluan yang disampaikan, akan lebih cepat

diterima oleh masyarakat, apalagi pendekatan kebudayaan menggunakan bahasa Sasak Dayan Gunung atau khas Lombok Utara (Wawancara Bersama Ketua KPUD Lombok Utara, 25 November 2023).

Nizamudin (Ketua Devisi Hukum dan Pengawasan KPUD Lombok Utara), menambahkan bahwa hakekat sosialisasi kepemiluan melalui pertunjukan wayang kulit tidak hanya untuk hiburan semata, namun harapannya pertunjukan wayang kulit dapat dijadikan sebagai saluran komunikasi informasi untuk mensosialisasikan tahapan pemilu 2024. Momentum pertunjukan wayang kulit digunakan untuk mempersuasi atau membujuk pemilih untuk menyalurkan hak pilihnya. Pada kesempatan tersebut, Nizamudin mengajak masyarakat pemilih untuk menggunakan hak pilihnya, dengan sebaik-sebaiknya dan meminta masyarakat memastikan diri telah terdaftar dalam DPT dan mengecek nama melalui cekdptonline.kpu.go.id (Sumber: facebook KPU Lombok Utara).

Gambar 2. Sosialisasi Politik Pemilu 2024 melalui Pagelaran Wayang Kulit



(Sumber: facebook KPU Lombok Utara)

3. Sosialisasi Pemilu 2024 melalui sarana film layar tancap

Kegiatan sosialisasi kepemiluan juga dikemas ke dalam bentuk acara yang lebih milenialis dan GenZis (untuk generasi GenZi). Nonton Film Layar Tancap yang berjudul “Kejarlah Janji”. Kegiatan tersebut bertujuan untuk membangkitkan kesadaran politik generasi milenial dan Generasi Z yang akan pertama kali menjadi pemilih (Wawancara Bersama Ketua KPUD Lombok Utara, 25 November 2023). Kegiatan nonton Bersama film politik tersebut pernah dilaksanakan di beberapa tempat, seperti di Pondok Pesantren Nurul Istiqomah Kapu, dan Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Kependidikan HAMZAR Tanjung. Peneliti menemukan antusiasme pemilih pemula dalam acara tersebut. Nonton bareng dihadiri oleh kalangan penyelenggara, santri, mahasiswa dan tokoh Masyarakat.

Gambar 3. KPUD Lombok Utara Nobar di STKIP Hamzar Lombok Utara



(Sumber: LOMBOK POST)

4. Sosialisasi pemilu 2024 melalui simulasi pungut & hitung di TPS Real

Kegiatan sosialisasi kepemiluan melalui simulasi pungut dan hitung di TPS Real ini dilaksanakan di TPS 04 Dusun Perawira Desa Sokong, Kecamatan Tanjung. Simulasi pungut-hitung bertujuan untuk mendapatkan gambaran bagaimana potret pencoblosan, sehingga penyelenggara dan pemilih teredukasi terkait dengan pelaksanaan pencoblosan & penghitungan surat suara.

Gambar 4. Simulasi Pemungutan dan Penghitungan Suara Pemli 2024



Sumber: facebook KPUD Lombok Utara

Kegiatan simulasi pungut dan hitung ini dilakukan dengan konsep pencoblosan secara real atau nyata. Simulasi Pungut dan Hitung pemilu 2024 ini diikuti oleh Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS), Panitia Pemungutan Suara (PPS), dan Panitia pemilihan kecamatan (PPK), dan masyarakat pemilih yang ada di desa Sokong.

5. Sosialisasi Pemilu 2024 melauai kerjasama dengan media massa lokal

Dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat pemilih, KPUD Lombok Utara juga menjalin kerjasama dengan media massa lokal yang ada di Lombok Utara. Pentingnya peran media dalam penyebarluasan informasi kepemiluan, maka dibuatkan kegiatan *Media Gathering* dan dilanjutkan

dengan tanda tangan Momenandum of Understanding (MOU) antara KPUD Lombok Utara-Pimpinan Media Massa bertempat di Anema Resort Desa Sigar Penjalin Kecamatan Tanjung Lombok Utara pada Jum'at 08 Desember 2023.

Keberadaan media massa dapat melahirkan keberimbangan informasi yang merata kepada masyarakat. Karena pengaruh media massa sangat kuat terhadap sirkulasi semua jenis informasi, maka media massa dan KPUD Lombok Utara harus digandeng untuk bersama-sama menginformasikan pemberitaan kepemiluan yang dilaksanakan di Lombok Utara.

Hal demikian ditegaskan oleh Kardi (Ketua KPUD Lombok Utara) yang menyebutkan bahwa media massa pada dasarnya berfungsi sebagai penyeimbang dan dapat memberikan pengaruh terhadap publik atas informasi yang disebar, termasuk dalam menyampaikan informasi tentang Pemilu, media massa memiliki tanggung jawab moral dalam ikut serta meningkatkan partisipasi politik masyarakat pemilih dalam pemilu 2024 mendatang (Wawancara Bersama Ketua KPUD Lombok Utara, 08 Desember 2023).

6. Sosialisasi tahapan pemilu 2024 melalui program KPU Goes To School

Sosialisasi kepemiluan di Lombok Utara juga menasar pemilih pemula. Penyelenggara pemilu aktif melaksanakan sosialisasi ke sekolah-sekolah SMA dan Madrasah Aliyah yang tersebar di Lombok Utara. Melalui program pendidikan politik di sekolah, program kegiatan tersebut dinamakan dengan *KPU Goes To School*.

Dari semua kegiatan sosialisasi kepemiluan yang telah dilaksanakan oleh KPUD Lombok Utara di atas, telah memenuhi kriteria strategi komunikasi politik sebagaimana disebutkan oleh para ilmuwan komunikasi. Berbagai bentuk sosialisasi yang dilakukan tersebut telah adalah bagian dari cara komunikasi KPUD Lombok utara sebagai komunikator kelembagaan yang berwenang melaksanakan pemilu, untuk mendekati komunikasi atau masyarakat pemilih. Strategi komunikasi politik untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat pemilih, tidak hanya terpaku pada satu cara, namun dapat ditempuh dengan cara lain atau alternative lainnya. Sebagaimana yang disebutkan oleh Aviany (2019), strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Dan implemenatsi strategi komunikasi politik sangat tergantung pada situasi, kondisi dan tujuan atau kepentingan komunikasi itu sendiri.

Kegiatan sosialisasi kepemiluan yang dilakukan oleh KPUD Lombok Utara melalui pendidikan politik Pemilih, Sosialisasi Pemilu melalui sarana kebudayaan, Sosialisasi Pemilu melalui sarana film layar tancap, Sosialisasi Pemilu melalui simulasi pungut & Hitung di TPS Real, Sosialisasi Pemilu melalui kerjasama dan sinergistas media massa lokal, Sosilasasi pemilu melalui program *KPU Goes To School* adalah sebagai strategi komunikasi Politik KPUD Lombok Utara untuk *me-Redundancy* atau mempengaruhi masyarakat pemilih dengan mengulang-ulang pesan tentang pemilu 2024 kepada masyarakat pemilih melalui berbagai macam kegiatan sosialisasi. Melalui kegiatan sosialisasi kepemiluan tersebut adalah sebagai upaya meng-*Canalizing* pesan dan cara pendekatan yang dapat memberikan pengaruh

terhadap masyarakat pemilih. Kemudian, dalam kegiatan sosialisasi kepemiluan tersebut KPUD Lombok utara menggunakan strategi *Informatif*, informasi yang disampaikan diharapkan dapat mempengaruhi masyarakat pemilih. Dan Kegiatan-kegiatan sosialisasi tersebut sebagai sarana untuk mem-*Persuasif* masyarakat pemilih untuk berpartisipasi aktif secara sadar menyalurkan hak suaranya pada hari pencoblosan.

Selain itu, kegiatan sosialisasi kepemiluan tersebut adalah bagian dari strategi komunikasi politik, karena didalamnya terdapat beberapa aspek yang digunakan. Seperti aspek *Attention*, aspek ini adalah upaya membangkitkan perhatian masyarakat pemilih tentang pentingnya pemilu. Kemudian kegiatan tersebut juga dapat menumbuhkan minat (*interest*) pemilih dalam pemilihan umum. Selanjutnya kegiatan tersebut juga diharapkan mampu menumbuhkan hasrat (*Desire*) masyarakat pemilih untuk menerima informasi kepemiluan dari KPUD Lombok Utara dan akhirnya masyarakat pemilih mengambil keputusan (*Decision*) untuk berpartisipasi aktif dalam pemilu dengan bertindak nyata (*Action*) berupa datang ke TPS.

KESIMPULAN

Dari data hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa angka partisipasi politik masyarakat pemilih di Lombok Utara pada pemilu 2024 tergolong tinggi, tingginya angka partisipasi politik tersebut tidak terlepas dari strategi Komunikasi politik yang dijalankan oleh KPU Lombok Utara. Kegiatan dan aktifitas berkomunikasi langsung dengan masyarakat dan proses penyampaian pesan-pesan komunikasi politik kepada masyarakat pemilih, dilakukan dengan perencanaan, penyampaian pesan, dan pengelolaan media komunikasi politik yang baik dan terarah. Kegiatan sosialisasi pemilu melalui pendidikan politik, penggunaan sarana kebudayaan, nonton bareng film layar tancap, melalui simulasi pungut & Hitung di TPS Real, melalui kerjasama media massa lokal, dan melalui kegiatan KPU *Goes To School*. Merupakan implementasi dari strategi komunikasi politik untuk *Mem-Persuasi* pemilih secara sadar menyalurkan hak suaranya. Kegiatan-kegiatan Sosialisasi Pemilu 2024 juga berorientasi untuk membangkitkan perhatian (*Attention*), menumbuhkan minat (*interest*) masyarakat pemilih, agar memiliki hasrat (*Desire*) dalam menerima informasi tentang pemilu dan akhirnya mengambil keputusan (*Decision*) untuk bertindak nyata (*Action*) dengan kesadaran sendiri datang ke Tempat Pemungutan Suara (TPS).

REFERENCES

- Anwar, A. (2011). *Komunikasi Politik, Filsafat Paradigma-Teori Tujuan, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, S. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayu Setiawati, A. (2016). PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM UPACARA MERTI DUSUN (STUDI UPACARA MERTI DUSUN DI DUSUN MANTUP, DESA BATURETNO, KECAMATAN BANGUNTAPAN, KABUPATEN BANTUL). *E-Societas Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 5(5).

- Brown, D. a. (2002). *Essentials of marketing: Theory and practice for a marketing career*. Routledge: Routledge.
- Budiarjo, M. (2018). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Bungin, B. (2018). *Komunikasi Politik Pencitraan*. Bandung: Prenada Media Grup.
- Dewi, L. Y. (2022). Analisis Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam Partisipasi Politik Masyarakat di Pilkada serta Meminimalisir Golpu. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*, 8(1), 36-47 <https://doi.org/10.37058/jipp.v8i1.4082>.
- Efendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Eviany, E. (2019). Strategi Komunikasi Politik. *Jurnal Politikologi*, 7(1), 15-20. <http://eprints2.ipdn.ac.id/id/eprint/1271>.
- Fanaqi, C. (2018). Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Garut Dalam Sosialisasi Pemilu 2014 Kepada Kelompok Disabilitas Di Kabupaten Garut. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian* 4.1, 24-41 [ttp://dx.doi.org/10.10358/jk.v4i1.355.g347](http://dx.doi.org/10.10358/jk.v4i1.355.g347).
- Fauzia, E. (2019). Strategi Komisi Pemilihan Umum Daerah dalam Meningkatkan Partisipasi masyarakat dalam Pilgub Jabar 2018 di Kabupaten Pangandaran. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 191-200 <http://dx.doi.org/10.25147/moderat.v5i2.2409>.
- Huntington, S. P. (1994). *Partisipasi politik di negara berkembang*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ishanan, P. (2022). Strategi Komunikasi Persuasif Pada Pilkada Serentak di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pilkada Kabupaten Lombok Utara 2020). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(2), 75-81 doi.org/10.31764/jail.v5i2.8499.
- Kario, S. (2017). Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pelaksanaan Pemilihan Hukum Tua Tahun 2016 (Studi di Desa Kolongan Tetempangan Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara). *Politico: Jurnal Ilmu Politik* 7.1, 61-75.
- Kusmiati, I. J. (2024). Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pemilihan Umum Tahun 2024. *Karimah Tauhid*, 3(4), 4107-4118. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i4.12693>.
- McQuail, D. (1992). *Political Communications*. Routledge: Routledge.
- Muhazir, A. M. (2024). Strategi Komunikasi Politik KPU Kabupaten Banyumas Meningkatkan Peran Sosialisasi Tahapan Pemilihan Umum Tahun 2024. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 5(2), 176-189 <https://doi.org/10.24076/pikma.v5i2.1029>.
- Mustari, M. a. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Nasrullah, R. (2014). *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nimmo, D. (2005). *Komunikasi Politik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Pawito. (2002). *Mass Media and Democracy: Study of the Roles of the Mass Media in the Indonesian Transition Periode 1997-1999*. Australia: The University of Newcastle.
- Pureklolon, T. T. (2016). *Komunikasi Politik: Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ramadhanil, F. V. (2015). *Desain Partisipasi Masyarakat Dalam Pemantauan Pemilu*. Jakarta: Kemitraan Partnership.
- Siagian, S. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Soemirat, S. (2016). *Komunikasi Persuasif*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, R. (2007). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Widjadja. (2010). *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT Bumi Akasara.