

**PERAN KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) UNTUK
MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK
MASYARAKAT DALAM PILKADA KOTA MEDAN
TAHUN 2020**

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD RIFAIL KHAIR HAREFA
NPM : 1603110006

Program Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

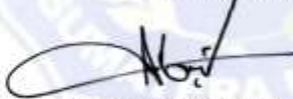
Bismillahirrohmanirrohiim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : **MUHAMMAD RIFAIL KHAIR HAREFA**
N.P.M : 1603110006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PERAN KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) UNTUK
MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK
MASYARAKAT DALAM PILKADA KOTA MEDAN
TAHUN 2020**

Medan, 09 februari 2021

Dosen Pembimbing



ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom

Dekan,



Dr. ARIFFIN SALEH, S.Sos., M.SP

PENGESAHAN

Bismillahirrohmanirrohiim

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **MUHAMMAD RIFAIL KHAIR HAREFA**
N P M : 1603110006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Jum'at 06 november 2020
W a k t u : Pukul 08.00 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **LUTFI BASIT, S.Sos., M.LKom** (.....)
PENGUJI II : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.LKom** (.....)
PENGUJI III : **ABRAR ADHANI, S.Sos., M.LKom.** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP

Drs. ZULFAHMI, M.LKom

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya Muhammad Rifail Khair harefa, NPM 1603110006, menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Saya yang menyadari bahwa memalsukan Karya Ilmiah dalam segala bentuk dilarang oleh Undang-Undang termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu, atau memplagiat, menciplak dan mengambil karya orang lain adalah tindak kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-Undang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, ciplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi berupa:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar sarjana yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan pemberian ijazah dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, November 2020

Yang menyatakan

Muhammad rifail khair harefa



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pilkada Kota Medan Tahun 2020. Shalawat dan salam juga penulis haturkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah meniggalkan dua pedoman hidup bagi kita yakni Al-Qur'an dan sunnah, yang mana apabila kita berpegang teguh kepada keduanya pasti kita kan selamat baik didunia maupun diakhirat. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada jenjang starata 1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam proses penyusunan hingga sampai pada penyelesaian skripsi ini, tentunya banyak hambatan yang dihadapi oleh penulis, namun dengan izin Allah penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah dan ummi tercinta Ja'afar Harefa dan Mauizhatul Hasanah Halim, yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dalam bentuk apapun itu, mendidik, membesarkan penulis sampai saat ini. Penulis tidak dapat membalas kebaikan keduanya, hanyalah do'a yang dapat penulis panjatkan kepada Allah SWT.

2. Ayahanda Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
3. Bapak Dr. Arifin Saleh Siregar, S.Sos., M.SP. selaku Dekaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Abarar Adhani, S.Sos., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dan juga sebagai pembimbing dalam penelitian ini yang telah memberikan dukungan, nasihat serta perhatian kepada penulis walaupun dalam kesehariannya sibuk dalam aktivitas sehari-hari namun masih menyempatkan untuk membimbing hingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.
6. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Segenap karyawan dan tenaga pendidik fakultas ilmu sosial dan ilmu politik yang telah banyak membantu penulis.
9. Yang selalu memberikan semangat dan dukungan BPH PK IMM FISIP UMSU P.A 2018-2019, Suci Ledian Khairina, Almarhum Muhammad

Rizki Mauludin Siregar, Denny Wahyudi, Hanisya Kesuma, Arguanda Pribadi, Aulia Pasha, Nurul Permata Dewi, Desi Widya, Agus Salim, Fahrul Saiful, Safrisya Fazhari, Irgi Ahmad Fahrezi, Aqila Fadia, Ria Astari, Hastuti, Cici, Noni Novia, Aziz Rival Harahap, Al-Wafi, Zulkarnain Polem, Try Handika, Nabila Yolanda, Debby Winda anelda, Enzi Novya Fani.

10. Seluruh kader, senior dan alumni PK IMM FISIP UMSU, yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
11. Adik-adik kader IMM FISIP UMSU stambuk 2017, 2018 dan 2019 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
12. Stambuk 2016 yang sama-sama berjuang hingga akhir dan selalu memberikan dukungan kepada penulis.
13. Seluruh teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan kalian semua.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan ini, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua dan selalu dalam lindungan Allah SWT.

Medan, oktober 2020

Muhammad Rifail Khair Harefa

PERAN KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT DALAM PILKADA KOTA MEDAN TAHUN 2020

**Muhammad rifail khair harefa
1603110006**

ABSTRAK

Demokrasi adalah bentuk atau mekanisme sistem pemerintah suatu Negara sebagai upaya untuk mewujudkan kedaulatan rakyat (kekuasaan warga Negara) atas Negara yang dijalankan oleh pemerintahan Negara tersebut. Komisi pemilihan umum (KPU) merupakan lembaga Negara yang menyelenggarakan pemilu di Indonesia. Pemilu yang memiliki tingkat partisipasi yang tinggi dianggap memiliki legitimasi yang tidak diragkan. Sebaliknya, apabila tingkat partisipasi kecil, seringkali dikaitkkaan dengan pertanyaan dasar, apakah pemilu memiliki legitimasi yang kuat atau rendah. Di himpun dari situs resmi KPU kota Medan, parisipasi politikmasyarakat kota Medan pada pilkada tahun 2015 sebanyak 28,88%, tentunya ini menjadi evaluasi KPU kota Medan dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pilkada tahun 2020 ini. Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan tori komunikasi, komunikasi organisasi, komunikasi massa dan partisipasi politik. Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan studi dokumen. dalam penelitian ini penulis mewawancari 6 orang narasumber yang mana 2 di antara nya adalah komisioner komisi pemilihan umum kota Medan dan 4 lainnya merupakan masyarakat kota Medan. Adapun hasil dari penelitian ini adalah pihak komisi pemilihan umum kota Medan sudah mengupayakan untuk melakukan sosialisasi terkait pemilihan kepala darah kota Medan tahun 2020 dengan berbagai metode baik itu secara langsung maupun melalui media cetak, media elektronik dan mdia sosial. Namun kenyataan dilapangan masih banyak masyarakat yang belum mendapatkan sosialisasi terkait sistematik pemilahan kepala daerah kota Medan tahun 2020.

Kata kunci : Peran Komisi Pemilihan Umum, Partisipasi Masyarakat, Pemilihan Kepala Daerah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penelitian	5
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1 Komunikasi	6
2.2 Komunikasi Organisasi	8
2.3 Komunikasi Massa	12
2.4 Partisipasi Politik	18
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Kerangka Konsep	24

3.3 Defenisi Konsep	24
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	25
3.5 Narasumber	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.8 Lokasi Dan Waktu Penelian.....	29
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil Penelitian	30
4.2 Pembahasan	55
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian	5
Tabel 4.1 Data Informan	30

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Demokrasi merupakan salah satu istilah yang di kenal oleh masyarakat di samping istilah politik. Oleh karena itu masyarakat sudah tidak asing lagi bila mendengar istilah demokrasi. Mau tidak mau, suka tidak suka masyarakat telah berpartisipasi dalam demokrasi. Oleh karena itu, rakyat memiliki hak untuk ikut berpartisipasi, baik berperan aktif maupun pada saat melakukan pengontrolan terhadap kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Selain daripada itu, dalam lembaga resmi pemerintahan terdapat pemisahan berbagai macam unsur seperti unsur eksekutif, legislatif, maupun unsur yudikatif secara jelas yang disebut Trias Politica.

Demokrasi adalah bentuk atau mekanisme sistem pemerintahan suatu negara sebagai upaya mewujudkan kedaulatan rakyat (kekuasaan warga negara) atas negara untuk dijalankan oleh pemerintahan negara tersebut. Demokrasi merupakan hak rakyat untuk memilih pemimpin yang di inginkan oleh rakyat itusendiri, seperti yang tertera di dalam Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Pasal 1 ayat 2 yang berbunyi “Kedaulatan adalah di tangan rakyat, dan dilakukan sepenuhnya oleh Majelis Permusyawaratan Rakyat”. Di tinjau dari pasal 1 ayat 2, bisa disimpulkan bahwa demokrasi merupakan kebebasan bagi rakyat Indonesia untuk memilih dan menentukan pemimpin yang mereka inginkan tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Dalam melakukan pemilihan untuk menentukan seorang pemimpin tidaklah muda, maka dari itu di Indonesia sudah

mengatur tentang bagaimana memilih seorang pemimpin yaitu dengan cara pemelihan umum (PEMILU). Dalam kehidupan bernegara tentunya istilah politik sudah tidak asing lagi di dengar. Pada dasarnya politik merupakan cara untuk merebut kekuasaan maupun mempertahankan kekuasaan.

Dalam penyelenggaraan Pemilu di banyak negara, partisipasi Pemilu sering menjadi isu bersama karena berkaitan dengan seberapa banyak warga negara hadir untuk memberikan suara mereka ditempat pemungutan suara. Tingkat partisipasi seringkali dihubungkan dengan legitimasi hasil Pemilu, karena akan menentukan orang-orang yang dipilih oleh rakyat untuk menduduki jabatan tertentu. Pada konteks yang lain, partisipasi pemilih juga berkaitan dengan kepercayaan warga negara pada demokrasi, sistem politik, penyelenggara Pemilu dan pihak-pihak yang akan mewakili untuk memerintah dan menjadi perwakilan warga di legislatif. Partisipasi pemilih menjadi salah satu kebutuhan agar keberlanjutan demokrasi dan sistem politik tidak mengalami hambatan. Pemilu sebagai instrumen utama demokrasi merupakan salah satu instrumen yang menjembatani suara rakyat sebagai pemilik kedaulatan untuk memberikan mandat kepada seseorang sebagai wakil rakyat atau sebagai penguasa yang akan duduk dalam pemerintahan. Tidaklah heran isu tinggi rendahnya angka partisipasi berkaitan dengan tingkat legitimasi dan kepercayaan warga kepada wakil mereka atau orang yang diberi mandat untuk menjalankan pemerintahan dan mengeluarkan kebijakan. Sebagai salah satu bagian dari keberlanjutan demokrasi, tingkat partisipasi pemilih juga akan berdampak pada siapa yang akan memenangkan pemilihan umum dan mengatur kehidupan banyak orang.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) merupakan lembaga Negara yang menyelenggarakan pemilu di Indonesia. Untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan pilkada yang dapat menjamin pelaksanaan hak politik masyarakat di butuhkan penyelenggaraan pilkada yang profesionalitas, mempunyai integritas, kapabilitas serta akuntabilitas.

Dalam sejarah pemilu-pemilu di Indonesia, partisipasi pemilih tidak jarang dimaknai sebagai salah satu indikator keberhasilan Pemilu. Pemilu yang memiliki tingkat partisipasi yang tinggi dianggap memiliki legitimasi yang tidak diragukan. Sebaliknya, apabila tingkat partisipasi kecil (rendah), seringkali dikaitkan dengan pertanyaan dasar, apakah hasil Pemilu memiliki legitimasi yang kuat atau rendah.

Pada tahun 2015 kota medan menjadi salah satu kota yang menyelenggarakan pilkada, yang dimana melibatkan seluruh masyarakat kota medan untuk berpartisipasi dalam pemilihan kepala daerah. Dihimpun dari situs resmi KPU kota medan, partisipasi politik masyarakat kota medan pada pilkada tahun 2015 sebanyak 28,88%, jumlah ini tentunya dapat di katakan sangat rendah jika di lihat dari jumlah pemilih kota medan sebanyak 1.961.471. tentunya ini menjadi evlausi bagi KPU kota medan dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pilkada tahun 2020 ini.

Dalam hal ini KPU kota medan berperan penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa betapa penting nya partisipasi mereka dalam pelaksanaan pilkada yang tentunya mereka bisa merasakan manfaat dalam menggunakan hak politik nya. Maka dari itu penulis tertarik meneliti lebih dalam

terkait Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pilkada Kota Medan Tahun 2020.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Peran Komisi Pemilihan Umum untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam pilkada kota Medan tahun 2020 ?

1.3 Pembatasan masalah

Dalam sebuah penelitian tentunya ada batasan-batasan yang disebabkan ketersediaan waktu penulis, biaya, dan sumber daya penulis. Maka dari itu dalam penelitian ini penulis membatasi masalah yaitu masyarakat, informan yang dimaksud adalah 4 masyarakat kota Medan

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran Komisi Pemilihan Umum untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pelaksanaan pemilihan kepala daerah di kota Medan tahun 2020.

1.5 Manfaat Penelitian

- 1.5.1 Manfaat teoritis, membandingkan antara teori yang ada di bangku kuliah dengan kondisi lapangan.
- 1.5.2 Manfaat praktis, nantinya hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan pada Komisi Pemilihan Umum dan untuk penelitian selanjutnya.
- 1.5.3 Manfaat akademis, sebagai syarat dalam penyelesaian pendidikan di program studi ilmu komunikasi Fisip Umsu.

1.6 Sistematika penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Berisikan uraian teoritis yang menguraikan tentang p, komunikasi, komunikasi organisasi, komunikasi massa dan partisipasi politik

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan jenis penelitian, kerangka konsep, defenisi konsep, kategorisasi penelitian, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian, dan deskripsi ringkas objek penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menguraikan simpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media dengan mengharapkan adanya hubungan timbal balik kepada komunikan. Komunikasi di harapkan bisa menjadi sebuah tujuan dari komunikator. Di dalam sebuah organisasi tentunya tidak terlepas dari yang namanya struktural, struktural dalam sebuah organisasi berfungsi sebagai penegasan tanggung jawab dan tugas pokok yang telah di berikan.

Sebelum masuk kepada defenisi komunikasi organisasi, kita perlu mengetahui defenisi dari komunikasi, menurut Louis Forsdale (1981), ahli komunikasi dan pendidikan, “*communication is the process by wich a system is established, maintained, and altered by means of shared signals that operate according to rules*”. Komunikas adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat di dirikan, di pelihara, dan di ubah. Pada defenisi ini komunikasi juga di pandang sebagai suatu proses. Kata signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal dan nonverbal yang mempunyai aturan tertentu. Dengan adanya aturan ini menjadikan orang yang menerima signal yang telah mengetahui aturannya akan dapat memahami maksud dari signal yang diterimanya. Misalnya setiap bahasa mempunyai aturan terntentu baik bahasa lisan, bahasa tulisan maupun bahasa isyarat. Bila orang yang mengirim signal menggunakan bahasa yang sama dengan orang yang menerima,

maka sei penerima akan dapat memahami maksud dari signal tersebut, tetapi kalau tidak mungkin dia tidak dapat memahami maksud nya. (Arni, 2014 : 2-3).

Menurut Anderson (Romli, 2016 :8) mengatakan komunikasi adalah suatu proses dengan mana kita bisa memahami dan dipahami oleh orang lain. Komunikasi merupakan suatu proses yang dinamis dan secara konstan berubah sesuai dengan situasi yang berlaku.

Suatu proses komunikasi tidak hanya berupa memberitahukan dan mendengarkan saja, namun di dalam suatu proses komunikasi harus mengandung pembagian ide, pikiran, fakta, ataupun pendapat dari satu orang kepada orang lain.

Fungsi dari komunikasi menurut Harold D. Laswell (Nurudin, 2015 : 15-16) yaitu :

- 2.1.1 Penjagaan/pengawasan lingkungan (*surveillance of the enviroentment*),
- 2.1.2 Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya (*correlation of the part of society in responding to the enviroentment*),
- 2.1.3 Menurut warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social heritage*)

Lebih lanjut ia mengemukakan, ada tiga kelompok yang selama ini melaksanakan ketiga fungsi tersebut. Fungsi *pertama*, di jalankan oleh para diplomat, atase dan koresponden luar negeri sebagai usaha menjaga lingkungan. Fungsi *kedua*, lebih di perankan oleh para editor, wartawan dan juru bicara sebagai penghubung respon internal. Adapun fungsi *ketiga*, adalah para pendidik

di dalam pendidikan informal atau formal karena terlibat mewariskan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi.

2.2 Komunikasi Organisasi

Organisasi merupakan sarana hubungan manusia yang dijalankan dengan aturan-aturan yang berlaku, aturan tersebut diciptakan oleh manusia sehingga terkesan memiliki beragam kekurangan. Sebuah organisasi akan berkembang bila aturan yang terdapat di dalamnya dapat dijalankan dengan baik.

Sementara itu, Schein (Arni, 2014 : 23) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut. Sifat tergantung antara satu bagian dengan bagian lain menandakan bahwa organisasi yang dimaksudkan Schein ini adalah merupakan suatu sistem.

Kochler (1976) mengatakan bahwa organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu (Arni, 2014 : 23-24). Sementara itu Wright (Arni, 2014 : 23) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu bentuk sistem terbuka dari aktifitas yang di koordinasi oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama.

Komunikasi organisasi adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi. Konsep makna adalah relevan dan penting untuk membedakan antara perspektif fungsional dan perspektif interpretative mengenai komunikasi organisasi (Sutrisno, 2013: 47-48).

Organisasi merupakan sarana hubungan manusia yang di jalan kan dengan aturan-aturan yang berlaku, aturan tersebut di ciptakan oleh manusia sehingga terkesan memiliki beragam kekurangan. Sebuah organisasi akan berkembang bila aturan yang terdapat di dalam nya dapat di jalan kan dengan baik.

Goldhaber (Arni, 2014 : 67-74) memberikan defenisi komunikasi organisasi berikut, “*organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*”. Atau dengan kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Defenisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian. Masing masing dari konsep kunci ini akan di jelaskan satu per satu secara ringkas.

2.2.1 Proses

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya. Karena gejala

menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus-menerus dan tidak ada henti-hentinya maka di katakana sebagai suatu proses (Arni, 2014 : 68).

2.2.2 Pesan

Yang di maksud dengan pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang di hasilkan oleh interaksi dengan orang. Untuk berkomunikasi seseorang harus sanggup meyusun suatu gambaran mental, memberi gambaran itu nama dan mengembangkan suatu perasaan terhadapnya. Komunikasi tersebut efektif kalau pesan yang di kirim itu di artikan sama dengan apa yang di maksudkan oleh si pengirim (Arni, 2014 : 68)..

2.2.3 Jaringan

Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang atau keseluruhan organisasi (Arni, 2014 : 71).

2.2.4 Keadaan saling tergantung

Konsep kunci komunikasi organisasi keempat adalah keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi. Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi saling melengkapi. Implikasinya, bila

pimpinan membuat suatu keputusan dia harus memperhitungkan impikasi keputusan itu terhadap organisasinya secara menyeluruh (Arni, 2014 : 72).

2.2.5 Hubungan

Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Dengan kata-kata lain jaringan melalui mana jalannya pesan dalam suatu organisasi di hubungkan oleh manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tungkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu di pelajari (Arni, 2014 : 72).

2.2.6 Lingkungan

Lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang di perhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Komunikasi organisasi terutama berkenaan dengan transaksi yang terjadi dalam lingkungan internal organisasi yang terdiri dari organisasi dan kulturnya, dan antara organisasi itu dengan lingkungan eksternalnya. Yang di maksud dengan kultur organisasi adalah pola kepercayaan dan harapan dari anggota organisasi yang menghasilkan norma-norma yang berbentuk tingkah laku individu dan kelompok dalam organisasi (Arni, 2014 : 73).

2.2.7 Ketidakpastian

Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang di harapkan. Untuk mengurangi ketidakpastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan di antara anggota, melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang kompleks dengan integrasi yang

tinggi. Ketidakpastian dalam organisasi juga di sebabkan oleh terlalu banyak nya informasi yang di terima daripada sesungguhnya di perlukan untuk menghadapi lingkungan mereka. Oleh karena itu salah satu urusan utama dari komunikasi organsasi adalah menentukan dengan tepat berapa banyak informasi yang di perlukan untuk mengurangi ketidakpastian tanpa informasi yang berlebih-lebihan. Jadi ketidakpastian dapat di sebabkan oleh terlalu sedikit informasi yang di perlukan dan juga karena terlalu sedikit informasi yang di perlikan dan juga terlalu banyak yang di terima (Arni, 2014 : 74)..

2.3 Komunikasi Massa

Peranan media massa dalam berbagai aspek kehidupan sosial masyarakat modern begitu besar. Hal ini tak mengherankan jika media massa digunakan untuk berbagai tujuan, untuk mempercepat prose perubahan sosial di negara-negara berkebang, untuk kampanye politik, advertensi, dan propaganda. Peranan komunikasi massa dalam kehidupan sosial memang sangat luas, tidak saja untuk kampanye dalam rangka komunikasi politik, tetapi seluruh kehidupan manusia modern tidak lepas dari media massa. Pada proses sosialisasi, media massa sering dianggap telah banyak menggantikan peranan agen sosialisasi tradisional, seperti gereja, masjid, tetangga dan teman. Ia sangat berperan dalam menanamkan nilai-nilai sosial disamping agen sosialisasi tradisional. Bahkan menurut Gebner, media massa merupakan orangtua, guru dan juga agama resmi masyarakat industri. Adapun Danel Lerner menemukan dalam penelitiannya di Turki bahwa perubahan sosial sangat dipengaruhi oleh penggunaan media massa (Lerner, 1958).

Menurut Bittner (Romli, 2016 : 1-6) komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari defenisi tersebut dapat di ketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu di sampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan yang luas yang di hadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Ciri dari komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Apabila pesan itu di sampaikan melalui media pertelevisian maka prosesnya komunikator melakukan suatu penyampaian verbal maupun nonverbal dan nyata. Adapun ciri-ciri komunikasi massa (Romli, 2016: 4-6) sebagai berikut.

2.3.1 Pesan bersifat umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu di tujukan untuk semua orang dan tidak di tujukan kepada sekelompok orang tertentu. Oleh karena itu, komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat media massa. Pesan komunikasi massa yang di kemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting dan kriteria yang menarik.

2.3.2 Komunikannya anonim dan heterogen

Pada komunikasi antar personal, komunikator akan mengenal komunikannya dan mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung. Di samping anonym, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat di kelompokkan berdasarkan faktor usia, faktor jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.

2.3.3 Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang di capainya relative banyak dan tidak terbatas, bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.

2.3.4 Komunikasi lebih mengutamakan isi dari pada hubungan

Salah satu prinsip komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000 : 99). Dimensi ini menunjukkan muatan atau isi komunikasi. Yaitu apa yang dikatakan dan apa yang dilakukan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. Komunikasi massa yang bersifat satu arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya

melalui media massa, yang bersifat satu arah, maka komunikator dan komunikasinya tidak dapat melakukan kontak secara langsung.

2.3.5 Stimulasi alat indera yang terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat di anggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indera yang terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah pembaca hanya melihat, pada radio siaran dan rekaman auditif *audiencenya* mendengar, sedangkan pada media televisi dan film *audiencemenggunakan* indera penglihatan dan pendengar.

2.3.6 Umpan balik tertunda dan tidak langsung

Dalam dunia komunikasi, komponen umpan balik atau yang lebih di populer di sebut dengan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Begitupula dengan komunikasi seringkali di butuhkan guna mendapatkan *feedback* yang di samapikan oleh komunikasinya. Umpan balik sebagai respons mempunyai volume yang tidak terbatas, artinya komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak (*audience*) bias diterima lewat telepon, e-mail, twitter, facebook. Dengan demikian, proses penyampaian *feedback* komunikasi massa bersifat indirect. Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telepon, e-mail, twitter, facebook dan sebagainya, menunjukkan bahwa *feedback* dalam komunikasi massa bersifat tertunda.

John Vivian (Romli, 2016: 59-60) mengatakan bahwa jika pembicara menyampaikan pesan suara seperti menggerutu, maka efektivitas pesannya akan

terganggu. Ketidakjelasan ucapan dan hambatan lain dalam proses komunikasi sebelum pesan mencaai *audience* dinamakan gangguan. Dalam komunikasi massa, yang didasarkan pada peralatan mekanik dan elektronik yang kompleks, peluang terjadinya gangguan adalah tak terbatas karena ada banyak hal yang bisa berjalan secara keliru. Gangguan terjadi dalam tiga bentuk, diantaranya gangguan sematik, gangguan saluran, dan gangguan lingkungan. sematik adalah pengetahuan tentang pengertian atau makna kata (denotatif). Jadi hambatan sematik adalah hambatan mengenai bahasa, baik bahasa yang digunakan oleh komunikator, maupun komunikan. Dinamakan gangguan sematik karena susuna kata yang buruk adalah salah satu contohnya. Gangguan sematik terjadi saat komunikasi massa itu sendiri mengganngu kesuksesan pesannya jika kata atau kalimat disusun dengan buruk. Bicara seperti orang *ngedumel* juga termasuk pemghambat komunikasi. Gangguan saluran, yaitu ketika anda sedang mendengar radio, tetapi suaranya terputus-putus, berarti anda mengalami gangguan saluran (*channel noise*). Bentuk gangguan lainnya adalah tinta yang *blobor* di halaman majalah atau mikrofon yang tidak berbunyi sama saat penyiar membacakan berita. Gangguan lingkungan adalah jika interupsi terjadi di tempat penerimaan. Misalnya saat anda membaca, tiba-tiba bel pintu rumah berdering, atau tiba-tiba anda mendengar suara anak menjerit-jerit, yang mengganggu proses *decoding* yang sedang anda lakukan dalam membaca.

komunikator massa berusaha keras untuk menjaga diri dari gangguan yang menghambat pesan mereka. Ekspresi pernyataan yang jelas, entah itu dalam bentuk tulisan dimajalah atau pelafalan suara yang jelas diradio, dapat menibulkan

gangguan, tetapi kebanyakan gangguan berada diluar kontrol komunikator. Repetisi adalah obat terampuh bagi komunikator massa untuk melawan gangguan. Jika pesan tidak sampai pada pengiriman pertama, maka pesan diulang. Jarang ada iklan yang hanya sekali tanyang. Penyiar radio megulang berita utama yang sama setiap jam, meski mereka memperbarui naskahnya agar tidak menjemukan bagi orang yang pernah mendengarnya.

Ada tiga fungsi utama media massa yang melekat dalam pekerjaan mereka, yaitu memberikan informasi, memberikan pendidikan, dan menghibur masyarakat. Melalui Informasi, media dapat membenatu khalayaknya untuk membentuk pendapat tentang berbagai persoalan. Dengan menggunakan media massa, masyarakat dapat meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan belajar tentang perkembangan penting dalam berbagai aspek kehidupan. Begitu pula dalam hal hiburan, banyak masyarakat memanfaatkan waktu luangnya untuk menggunakan media agar memperoleh hiburan yang menyenangkan. Idealnya, media harus menyediakan berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat agar mereka dapat membentuk pendapat dan membuat keputusan sendiri tentang berbagai aspek kehidupan, termasuk persoalan politik. (Subaktio dan Ida, 2014: 196)

Fungsi mendidik melalui informasi inilah merupakan tugas utama media dalam sistem sosial dimana institusi itu berada. Semakin mampu media massa ini memperkuat dan mendukung khalayaknya sebagai warga negara yang bereran di dalam proses demokrasi (*promoting active citizen*), maka semakin baik media tu. Karena itu, kalangan jurnalis banyak yang tidak ragu-ragu merasa, secara ideal

profesi mereka yaitu memberi informasi agar warga negara mampu memainkan peran demokratiknya secara signifikan. Pers diharapkan bukan hanya mensukseskan dengan menyebarkan *electorate empowerment* tentang bagaimana cara memberikan suara dalam Pilkada, tetapi juga diuntut melalui pemberitaannya melakukan *voters education* (pendidikan pada pemilih), mendidik masyarakat tentang relevansi pilkada pada kepentingan masyarakat, serta mendiskusikan apa dan bagaimana pentingnya pilkada langsung bagi masyarakat. Dengan demikian, media massa juga mengajak publik untuk bersama-sama melakukan *watching to the political process* dalam pilkada tersebut.

2.4 Partipasi Politik

Dalam komunikasi politik, partisipan adalah anggota khalayak yang aktif yang tidak hanya memperhatikan apa yang dikatakan oleh para pemimpin politik, tetapi juga menanggapi dan bertukar pesan dengan para pemimpin itu. Ringkasnya, partisipan politik, yaitu mereka sama-sama merupakan komunikator politik.

Pakar komunikasi politik Huntington dan Nelson (1977) telah membedakan antara partisipasi yang bersifat otonom (*autonomous participation*) dan partisipasi yang dimobilisasi atau digerakkan oleh pihak lain (*mobilized participation*). Partisipasi yang bersifat otonom (*autonomous participation*) itu, merupakan bentuk partisipasi yang dilakukan secara sukarela oleh warga Negara yang dapat dikatakan sebagai bentuk dari bentuk efektifnya sosialisasi politik dan komunikasi politik. Warga Negara pada umumnya berpendidikan, sadar akan hak dan

kedaulatan yang dimiliki serta yakin dan percaya bahwa keterlibatannya dalam berbagai kegiatan politik memiliki manfaat dan efek politik (*political efficacy*).

Sebaliknya partisipasi politik yang dimobilisasi (*mobilized participation*) adalah bentuk partisipasi politik yang tidak sukarela, tetapi di gerakkan oleh partai politik, kandidat, tim sukses atau pejabat pemerintah. Warga Negara yang pada umumnya kurang berpendidikan, belum menyadari tentang hak dan kedaulatan yang dimilikinya, sehingga perlu di gerakkan. Hal itu dapat berbentuk “intimidasi” atau berbentuk “politik uang” (*money politics*), sebagai mana yang terjadi di berbagai Negara berkembang termasuk Indonesia. Partisipasi politik yang dimobilisasi itu, dapat juga dikatakan sebagai akibat dari tidak efektifnya sosialisasi politik dan komunikasi politik persuasive dan edukatif dari partai politik atau pemerintah. Justru digunakan komunikasi politik *koersif*.

Selain itu, Huntington dan Nelson (1977) juga menyebut bahwa selain partisipasi politik seperti yang di paparkan di muka, terdapat juga bentuk partisipasi yang bersifat negatve, seperti melakukan demonstrasi, teror politik dan pembunuhan politik. Hal itu dapat dimasukkan dalam kelompok “khalayak kepala batu” dalam komunikasi politik yang tidak efektif. “khalayak kepala batu” yang lain dalam komunikasi politik, ialah orang-orang yang di sebut apati (*apathy*) yaitu warga Negara yang sama sekali tidak mau melibatkan diri dalam kegiatan politik, karena berbagi sebab.

Keterbukaan terhadap komunikasi politik dapat mempengaruhi orang agar secara aktif dapat terlibat dalam politik; di pihak lain, komunikasi politik bias menekan partisipasi politik. Apakah akticasi atau deaktivasi, konsekuensi

komunikasi politik bias primer atau sekunder. Akibat primer terjadi “jika orang yang di perngaruhi itu telah melibatkan diri secara langsung ke dalam proses komunikasi”. Partisipasi itu, demikian kata Ball-Rokeach dan DeFleur, diturunkan dari perangkat akibat. Mula-mula media itu menarik perhatian orang kepada berbagai tujuan kepada kandidat politik, gerakan wanita, gerakan anak sipil, pecinta lingkungan, atau protes anti nuklir. Pada tahap awal keterlibatan mereka, orang serig menanggapi dengan kebingungan karena sifat kandidat atau tujuan itu ambigu. Akan tetapi, komunikasi membantu memecahkan maupun membentuk isu, dan membina maupun menyajikan kandidat. Bagi orang yang bergantung pada media, proses ini membantunya dalam pembentukan persepsi, kepercayaan, dan penilaian baru.

Konsekuensi sekunder dari komunikasi terjadi jika orang yang tidak terlibat secara langsung dalam komunikasi terpengaruh oleh perubahan pada orang yang terlibat. Di pihak lain, peliputan televise bias jadi mempunyai suatu akibat primer terhadap penonton dengan menciptakan, mengukuhkan, dan mengubah kepercayaan, nilai, dan pengharapan. Akan tetapi, ada juga akibat sekundernya, televise mengurangi kemampuan dan keyakinan pemerintahan itu untuk melakukan perang dengan skala maksimum.

Konsekuensi primer dan sekunder dari komunikasi politik itu sangat jelas dalam kampanye politik. Sebagian orang yang mendengar imbauan kandidat menanggapi secara primer dengan mengambil bagian dalam kampanye; yang lain, yang tidak terlibat dalam komunikasi itu, mengamati bahwa kandidat itu memiliki

“momentum”, dan karena itu, memutuskan bahwa tidak ada gunanya untuk terlibat.

Brian McNair (Junaedi, 2019:) membagi tiga perspektif dalam kajian tentang efek dalam komunikasi politik. Pertama, perspektif yang melihat bahwa kegiatan komunikasi politik yang dilakukan oleh aktor politik yang telah dirancang dengan memiliki tujuan yang jelas, seperti orasi para aktor politik, advertorial kegiatan aktor politik maupun iklan para aktor politik dapat mempengaruhi sikap dan perilaku khalayak. Efek dalam Perspektif pertama ini dapat dibagi dalam tingkat mikro (*micro level*) yang menekankan pada individu yang menjadi komunikasi dari pesan politik, serta tingkat makro (*macro level*) yang lebih berfokus ketika respon khalayak diagregasikan ke dalam bentuk polling opini publik. Hasil dari polling inilah yang mengindikasikan keinginan politik secara kolektif.

Perspektif kedua, melihat bagaimana proses politik dalam masyarakat demokratis, baik dalam ranah prosedur maupun praktek, sebagai hasil implikasi dari kebangkitan komunikasi politik. Perspektif ketiga, berusaha mengeksplorasi implikasi sistemik dari kebangkitan komunikasi politik, terutama setelah kapitalisme lanjut menjadi ideologi politik yang paling banyak berkembang di muka bumi ini.

Ketiga perspektif tersebut di atas relevan dengan kondisi politik di Indonesia dewasa ini. Dengan merujuk pada perspektif yang pertama, polling politik telah menjadi trend yang sangat dominan di Indonesia terutama dimulai pada pemilu tahun 2014. lembaga-lembaga survey seperti Lembaga Survei

Indonesia, Lingkaran Survey Indonesia, Cirrus, Puskaptis dan LP3ES saling berlomba melakukan survey ke khalayak untuk mengetahui preferensi pilihan politik masyarakat.

Dalam pemilu presiden 2009, Lembaga Studi Demokrasi (LSD) secara aktif menggalang opini publik melalui publikasi hasil survey yang mengatakan bahwa Pemilu Presiden cukup satu putaran saja. Penggalangan opini publik melalui publikasi dan iklan bahwa pemilihan presiden hanya berlangsung satu putaran memperlihatkan bagaimana media massa berusaha dimanfaatkan sebagai media untuk membangun opini publik. Media massa, termasuk media cetak, televisi dan internet, juga saling berlomba mengadakan polling kepada pembacanya. Polling yang dilakukan di media massa ini acapkali tidak mepedulikan aspek metodologis karena pembacanya kadang bisa mengirimkan dua kali atau bahkan lebih pilihan. Perkembangan teknologi, seperti *short message service* (sms) semakin memudahkan polling yang dilakukan oleh media massa. Fenomena polling melalui SMS saat pemilihan umum berlangsung hampir bersamaan dengan fenomena ajang pencarian bakat (*talent show*) di berbagai stasiun televisi swasta.

Perspektif kedua terlihat dari bagaimana semakin meningkatnya kesadaran bermedia para caleg yang berkompentisi sejak pemilu 1999. Peran media yang semakin kuat sebagai pemyalur pesan politik dan sekaligus sebagai pengawas dalam proses komunikasi politik tidak lagi memberi pilihan untuk tidak melihat aktivitas politik. Karena semakin pentingnya peran media dalam komunikasi politik, konsultan humas menjadi penting bagi para kator politik untuk

memanajemen kegiatan politikya agar lebih terekspos. Sebuah kondisi yang jauh berbeda dengan masa Orde Baru dimana proses politik selalu bisa dijalankan oleh penguasa. Hitam putih proses politik menjadi hak penguasa semata-mata, dan komunikasi politik pun jauh dari realitas proses politik di Indonesia saat itu.

Sebagai tambahan, kejatuhan Orde Baru sebagai sebuah proses politik juga tidak lepas dari implikasi komunikasi politik yang dilakukan oleh media massa yang memberitakan tentang meluasnya aksi unjuk rasa mahasiswa yang menuntut jatuhnya Presiden Soeharto. Bayangkan jika tidak ada media massa yang memberitakan aksi unjuk rasa mahasiswa saat itu, bisa jadi aksi tersebut hanya menjadi isu lokal semata. Pemberitaan yang dilakuka oleh media massa, yang memberitakan tentang merebaknya aksi unjuk rasa menuntut turunnya Presiden Soeharto yang diwarnai juga pemberitaan tentang aksi penjarahan dan pembakaran yang terjadi di beberapa kota terutama Jakarta dan Solo pada bulan mei 1998, telah melahirkan opini publik yang menyepakati tuntutan mahasiswa. Di sinilah media massa terlihat memainkan perannya dalam komunikasi politik.

Perspektif ketiga bisa dilihat dari semakin modernnya penggunaan media kampanye oeh para aktor politik di Indonesia. Iklan-iklan politik yang digarap secara lebih profesional dengan menggunakan jasa biro iklan serta pemanfaatan aktivitas humas secara lebih profesional oleh para aktor politik maupun penggunaan media baru, seperti blog maupun situs jaringan media sosial sebagai media kampanye bisa dilihat dari perspektif terakhir ini.

BAB III

METODE PENELITIAN

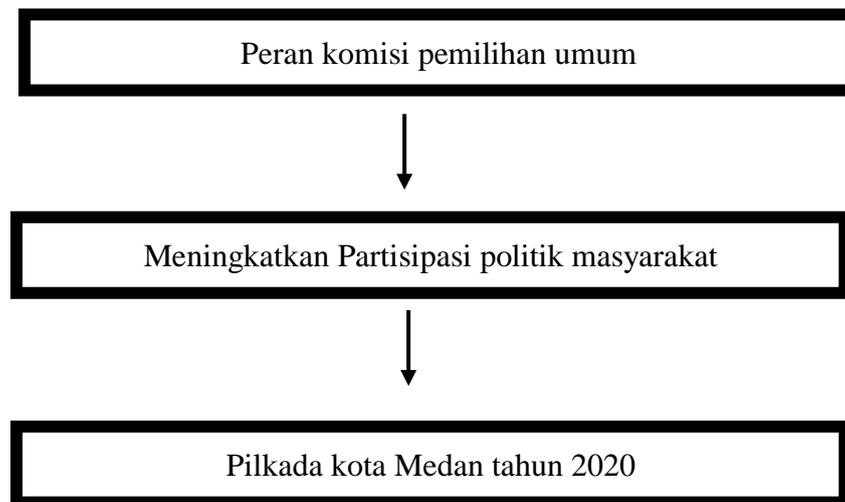
3.1 Jenis penelitian

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2014 : 9).

Metode penelitian kualitatif sering juga disebut penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), disebut juga sebagai metode ethnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan pada penelitian antropologi budaya, disebut juga sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

Selanjutnya Bodgan dan Taylor (Maleong, 2017 : 3) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dan perilaku dari orang-orang yang diamati.

3.2 Kerangka konsep



3.3 Defenisi konsep

- 3.3.1 Peran merupakan aspek dari kedudukan seseorang atau status, peranan di defenisikan sebagai pola tingkah laku yang di harapkan masyarakat dari orang yang menduduki status tertentu.
- 3.3.2 Komisi Pemilihan Umum adalah lembaga Negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia.
- 3.3.3 Partisipai politik adalah keterlibatan warga dalam segala tahapan kebijakan, mulai dari sejak pembuatan keputusan sampai dengan penilaian keputusan, termasuk juga peluang untuk ikut serta dalam pelaksanaan keputusan.
- 3.3.4 Masyarakat adalah sekelompok orang hidup berdampingan dan bersama sama yang ikut serta dalam pelaksanaan keputusan.
- 3.3.5 Pilkada dilakukan secara langsung oleh penduduk daerah administratif setempat yang memenuhi syarat. Pemilihan kepala daerah

dilakukan satu paket bersama dengan wakil kepala daerah. Kepala daerah dan wakil kepala daerah yang dimaksud mencakup: gubernur dan wakil gubernur provinsi, bupati dan wakil bupati kabupaten, walikota dan wakil walikota untuk kota.

3.4 Kategorisasi penelitian

Kategorisasi penelitian bertujuan mengukur suatu variabel penelitian sehingga di ketahui dengan benar apa saja yang menjadi kategori penelitian pendukung untuk analisa dari variabel tersebut.

Tabel 3.1
Kategorisasi penelitian

Konsep teoritis	Konsep operasional
Peran komisi pemilihan umum untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam pilkada kota Medan tahun 2020	2.1 Peran
	2.2 Komunikasi
	2.3 Komunikasi organisasi
	2.3.1 proses
	2.3.2 pesan
	2.3.3 jaringan
	2.3.4 keadaan saling tergantung
	2.3.5 hubungan
	2.3.6 lingkungan
	2.3.7 ketidakpastian
	2.4 komunikasi massa
	2.4.1 pesan bersifat umum

-
- 2.4.2 komunikannya anonim dan heterogen
 - 2.4.3 media massa menimbulkan keserempakan
 - 2.4.4 komunikasi lebih mengutamakan isi dari pada hubungan
 - 2.4.5 stimulasi alat indera yang terbatas
 - 2.4.6 umpan balik tertunda dan tidak langsung

2.5 partisipasi politik

2.6 Narasumber

Narasumber adalah orang yang memiliki kompetensi memberikan informasi dan pengetahuan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan narasumber adalah *purposive sampling*. Pada kesempatan kali ini penulis menentukan empat (6) orang sebagai narasumber yang dimana 2 orang anggota Komisi Pemilihan Umum Kota Medan dan 4 orang masyarakat yang mengikuti pemilihan umum Kota Medan.

2.7 Teknik pengumpulan data

2.7.1 Wawancara

Menurut (Maleong, 2017:186) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

2.7.2 Observasi

Teknik ini menurut adanya pengamatan dari si penulis terhadap objek penelitiannya. Misalnya dalam melakukan eksperimen. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan dan lainnya.

Menurut Sutrisno Hadi (Sugiono, 2014:144) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

2.7.3 Studi dokumen

Dokumen berupa catatan, manuskrip, buku majalah, surat kabar, transkrip, arsip, notulen rapat, buku agenda dan sebagainya yang sering juga dijadikan alat pengumpulan data. Studi dokumen ini dapat dilakukan baik dalam penelitian kualitatif maupun penelitian kuantitatif (Kholil, 2016:108).

2.8 Teknik analisis data

Analisis data ini bertujuan untuk mendeskripsikan data, maupun untuk menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Dalam penelitian ini metode analisis data yang dipakai

adalah penggunaan metode kualitatif. Menurut nasution (Ardianto, 2014: 216), analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan dianalisis. Teknik analisis data sebagai berikut:

2.8.1 Reduksi data

Data yang di peroleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu di catat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila di perlukan.

2.8.2 Display Data

Agar dapat melihat gambaran keseluruhan data atau bagian tertentu dalam penelitian ini, harus di usahakan membuat berbagai macam matriks, grafik, network, dan chart. Dengan demikian peneliti dapat menguasai data dan tidak tenggelam dalam tumpukan data.

2.8.3 Verifikasi dan penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan diperoleh dari reduksi data dan display data. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

2.9 Lokasi dan waktu penelian

Adapun lokasi penelian ini di adakan di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Medan Jalan Kejaksaan No. 37, Medan. Waktu penelitian ini terhitung dari bulan Agustus sampai dengan Oktober 2020

2.10 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Judul dari penelitian ini adalah Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pilkada Kota Medan Tahun 2020. Yang menjadi objek dari penelitian adalah peran KPU kota medan, yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat kota medan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 hasil penelitian

4.1.1 data informan

Data yang di peroleh dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi langsung ke lapangan dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap orang yang mempunyai kapasitas dalam objek penelitian ini berjumlah enam (6) orang, dua (2) orang komisioner Komisi Pemilihan Umum Kota Medan dan empat (4) orang masyarakat kota medan. Adapun data informan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data informan

No	Nama	Umur	Jabatan / pekerjaan	alamat
1.	Edy suhartono	53	Komisioner KPU divisi Parmas dan SDM	Jl. KL. Yos Sudarso Lr. 13 No. 4A/PLN Glugur
2.	Nana miranti	36	Komisioner KPU divisi program, data dan informasi	Menteng indah blok F1 no. 3
3.	Muhammad Fadil abdillah	26	Pegawai swasta	Jalan pancasila no. 72
4.	Defrinal	56	Wiraswasta	Jalan utama gang quba

5.	Eri klana putra	55	Wiraswasta	Ar Hakim jalan seto tegal sari 2
6.	Syamsudirman	65	Wiraswasta	Jalan multatuli Link 3 no. 15A

Penulis melakukan wawancara kepada enam (6) orang narasumber tersebut dengan total tujuh belas (17) pertanyaan yang dimana mengacu kepada kategorisasi penelitian. Total tujuh belas (17) pertanyaan tersebut berisikan tentang peran, peran komunikasi, komunikasi organisasi, komunikasi massa dan partisipasi politik.

Berikut hasil wawancara penulis kepada enam (6) narasumber penelitian yaitu Komisioner KPU Kota Medan divisi parmas dan SDM/ Edy Suhartono sebagai informan satu (1), Komisioner KPU Kota Medan divisi program, data dan informasi/ Nana Miranti. Kemudian empat (4) orang masyarakat kota Medan.

4.1.2. Peran Komisi Pemilihan Umum

Berdasarkan hasil obeservasi dan wawancara yang penulis lakukan di lapangan dengan mendatangi informan terkait yaitu bapak Edy Suhartono sebagai komisioner komisi pemilihan umum kota Medan divisi parmas dan SDM serta Ibu Nana Miranti sebagi komisioner komisi pemilihan umum kota Medan divisi informasi dan data. Penulis menanyakan mengenai bentuk sosialisasi yang di lakukakan oleh komisi pemilihan umum terkait upaya untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat kota Medan. Sosialisasi yang dilakukan terkait pilkada kota Medan tahun 2020 dengan tahapan pemilihan, jadwal pemilihan, pendaftaran, pendataan pemilih dan kampanye pasangan calon. Kemudian juga

sosialisasi tentang protokol kesehatan saat pelaksanaan pemilihan kepala daerah. Ini sesuai dengan yang di utarakan oleh kedua narasumber dalam hal ini bapak Edy Suhartono dan Ibu Nana Miranti selaku komisioner komisi pemilihan umum kota Medan pada saat penulis bertanya tentang bentuk sosialisasi yang dilakukan terkait meningkatkan partisipasi politik masyarakat.

“kegiatan sosialisasi kapan terkait dengan pilkada tahun 2020 ini sesuai dengan tahapan pemilihan kemudian sosialisasi tentang jadwal hari, tanggal pelaksanaan tentang pendaftaran dan pendataan pemilih, kemudian tentang pembentukan badan edhok ppkpps, kemudian tentang pencoklikan, kemudian ada juga tahapan tentang kampanye paslon di bulan September, kemudian tahapan tentang sosialisasi ini karna di situasi pandemic jadi sosialisasinya tentang new normal tentang penggunaan masker, handsanitizer dan sebagainya itu kita sosialisasikan pada saat petugas-petugas kita jajaran kita turun ke bawah melaksanakan sosialisasi. Jadi tidak hanya tahapan tetapi juga new normal itu kita sampaikan, yang paling penting adalah tahapan tahapan itu yang sekarang sudah tahapan melaksanakan macam inikan pendataan ya kita terus melakukan pendataan pemilih termasuk cokolit cocok dan teliti itu sampai kemudian nanti sosialisasi menggunakan menggunakan daring online maupun secara tatap muka, tentang apa ? tentang tahapan tahapan itulah “.

Dari pernyataan yang penulis dapatkan dari informan pertama dapat kita lihat bahwasannya informan tersebut menjelaskan tentang tahap tahap yang dilakukan dalam sosialisasi pilkada pada tahun 2020. Namun juga menyisipkan

informasi yang berkenaan dengan kondisi saat ini yang bersamaan dengan adanya pandemic covid-19 sehingga sosialisasi yang dilakukan tidak hanya sekedar tentang pemilu, namun juga diselingi dengan sosialisasi new normal tentang anjuran penggunaan masker, menjaga jarak, dan penggunaan handsanitizer.

Sementara pada informan kedua menyatakan bahwa sosialisasi pemilihan umum tetap dilaksanakan dengan memanfaatkan media massa. Baik itu media local/tradisional, media sosial maupun media mainstream lainnya. Berikut adalah jawaban selengkapnya :

“Bentuk sosialisasi yang dilakukan diantaranya ada sosialisasi dengan komunikasi tatap muka, melalui media massa, bahan sosialisasi, mobilisasi sosial; pemanfaatan budaya lokal/tradisional, laman KPU Kota Medan, papan pengumuman KPU Kota Medan, media sosial, media kreasi, dan/atau, bentuk lain yang memudahkan masyarakat untuk dapat menerima Informasi Pemilihan dengan baik”.

Berdasarkan uraian jawaban dari pertanyaan penulis dapat kita simpulkan bahwasanya komisi pemilihan umum sudah menyampaikan mengenai tahapan-tahapan pemilihan kepala daerah agar masyarakat dapat menerima informasi dengan baik.

Selanjutnya penulis bertanya mengenai bentuk komunikasi yang dilakukan oleh komisi pemilihan umum terkait sosialisasi pilkada kota Medan. Komunikasi yang dilakukan oleh komisi pemilihan umum yaitu komunikasi formal, komunikasi formal, seminar melalui daring atau webinar dan focus group

discussion. Ini sesuai dengan jawaban yang di utarakan oleh komisioner komisi pemilihan umum

“untuk jenis komunikasi yang kita gunakan, ada dua yaitu komunikasi formal dan informal, kita juga memanfaatkan sarana pertemuan seperti focus group discussion (FGD), seminar web, dikarenakan kondisi saat ini yang masih belum bisa untuk dilakukan pertemuan dengan tatap muka, kita juga melakukan pertemuan secara daring” ujar bapak Edy Suhartono

Sedangkan menurut informan kedua menyatakan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh komisi pemilihan umum adalah menggunakan cara visual, dan audio visual dengan memanfaatkan media yang ada, sesuai dengan penjelasan beliau dibawah ini.

“kita menggunakan dua cara yaitu Visual contohnya seperti penggunaan tulisan atau gambar, non visual contohnya rekaman suara, serta audiovisual yaitu video” ujar ibu Nana Miranti

Berdasarkan jawaban di atas dapat kita simpulkan bahwa bentuk komunikasi yang dilakukan oleh komisi pemilihan umum yaitu komunikasi formal dan informal.

Kemudian penulis juga menanyakan mengenai proses komunikasi apa yang terbentuk dalam mensosialisasikan tentang pilkada kota Medan, dan adapun jawaban nya yaitu

“komunikasi dua arah” ujar bapak edy suhartono dan ibu Nana Miranti

Berdasarkan jawaban di atas dapat kita simpulkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan oleh komisi pemilihan umum dalam mensosialisasikan pemilihan kepala daerah yaitu komunikasi dua arah.

Dalam melakukan sosialisasi tentu ada pesan yang disampaikan. Penulis bertanya kepada komisioner komisi pemilihan umum mengenai pesan apa yang di sampaikan dalam mensosialisasikan tentang pilkada kota Medan. Ada pun jawabannya sebagai berikut.

“sosialisasi tentang tahapan pemilihan, data atau daftar pemilih, pencalonan, kampanye, sosialisasi new normal, hari dan tanggal pemilihan”

Dilihat dari jawaban informan pertama dapat kita simpulkan bahwasannya pesan yang sampaikan dalam sosialisasi pilkada kota medan hanya seputar pemilihan, data tentang pemilih dan calon, jadwal kampanye, serta sosialisasi new normal.

Sedangkan untuk informan kedua dapat dibilang memiliki jawaban yang hamper sama namun lebih rinci tentang apa apa saja data yang akan di sosialisasikan seperti pemungutan, penghitungan suara, serta rekapitulasi hasil penghitungan suara. Selengkapnya seperti dibawah ini.

“seluruh tahapan, program dan jadwal pelaksanaan Pemilihan (pemukhiran data dan daftar Pemilih; pencalonan dalam Pemilihan; Kampanye dalam Pemilihan; dana kampanye peserta Pemilihan; pemungutan, penghitungan dan rekapitulasi hasil penghitungan suara

Pemilihan serta penetapan Pasangan Calon terpilih). Kemudian materi lain terkait tahapan penyelenggaraan Pemilihan”

Dari jawaban di atas dapat disimpulkan bahwa pesan yang disampaikan oleh komisi pemilihan umum tentang sosialisasi pilkada kota medan tahun 2020 yaitu seluruh tahapan, program dan penjadwalan pelaksanaan pemilihan yang akan dilaksanakan, serta sistematika penghitungan dan rekapitulasi data suara yang didapat. Semua itu disampaikan kepada masyarakat secara rinci guna untuk menghindari kecurangan dalam pemilu.

Selanjutnya penulis menanyakan apakah komisi pemilihan umum memanfaatkan jaringan yang telah tercipta selama ini seperti melibatkan peranan-peranan tertentu di dalam organisasi. Komisioner komisi pemilihan umum memberikan jawaban sebagai berikut :

“ya, kita menggunakan jaringan termasuk jaringan dengan perguruan tinggi, dengan ormas-ormas maupun dengan sekolah. Karna kan sekarang ini karna situasi pandemik kita ekstra bekerja di situasi pandemik ini. Kita pasti memanfaatkan jaringan yang ada selama ini di perguruan tinggi, di ormas di komunitas – komunitas baik dengan tatap muka nanti maupun dengan pertemuan yang sifatnya virtual”.

Menurut informan pertama komisi pemilihan umum memanfaatkan jaringan dengan organisasi di perguruan tinggi, organisasi masyarakat, serta komunitas komunitas sosial yang ada terkhusus di kota medan.

Informan kedua juga sependapat dengan informan pertama namun menambahkan kerjasama yang dilakukan dengan jaringan-jaringan terkait tetap sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh undang-undang.

“Iya, melibatkan. Dalam bentuk kerjasama sesuai dengan ketentuan yang sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan”.

Komisi pemilihan umum kota Medan memanfaatkan jaringan dalam bentuk kerja sama dengan berbagai pihak termasuk perguruan tinggi, ormas-ormas, komunitas dan juga dengan ketentuan yang sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Selanjutnya penulis bertanya apakah komisi pemilihan umum memiliki ketergantungan dalam mensosialisasikan pemilihan kepala daerah kota medan. Berikut jawaban dari komisioner komisi pemilihan umum.

“ya, dengan LSM, ormas, perguruan tinggi, sekolah, komunitas”.

Dari pernyataan informan pertama diatas dapat dikatakan komisi pemilihan umum terikat dengan lembaga lembaga sosial seperti LSM, ormas, dan organisasi kemahasiswaan. Hal ini juga disetujui oleh informan kedua yang menyatakan bahwa untuk mencapai semua sasaran Komisi Pemilihan Umum harus dibantu oleh setiap lapisan masyarakat untuk mencapai target yang optimal.

“untuk mencapai seluruh sasaran Sosialisasi Pemilihan KPU Medan memang harus dibantu oleh PPK, PPS dan Partisipasi seluruh Masyarakat”.

Dari jawaban diatas, komisi pemilihan umum tentunya memiliki ketergantungan terkait dengan sosialisasi yang dilakukan seperti perguruan tinggi, ormas, serta partisipasi dari masyarakat, serta PPK dan PPS.

Penulis juga bertanya apakah komisi pemilihan umum menjalin hubungan terhadap pihak lain dalam mensosialisasikan pemilihan kepada kepala daerah. Berikut jawaban dari komisioner komisi pemilihan umum.

“melalui berbagai pertemuan atau rakor, memanfaatkan berbagai momen kegiatan, stekholder lainnya, termasuk nanti teman teman yang ada di komunitas atau tokoh tokoh masyarakat, tokoh budaya yang memang perlu kita sampaikan dalam setiap berbagai setiap kesempatan, pertemuan, rakor yaitu kita sampaikan tentang jadwal hari pemilihan, penting nya memilih kemudian menjalankan hak pilih dan seterusnya” .

Berdasarkan statement dari informan pertama yang menyatakan bahwa komisi pemilihan umum juga menjalin hubungan dengan pihak lain seperti stakeholder lainnya, tokoh masyarakat, tokoh budaya. Dan komisi pemilihan umum memanfaatkan media pertemuan seperti rapat koordinasi sebagai sarana pertemuan.

Informan kedua menambahkan bahwasannya komisi pemilihan umum juga dapat bekerjasama dengan kelompok adat, badan hukum, serta instansi pemerintah seperti Badan Usaha Milik Negara maupun Badan Usaha Milik Daerah. Berikut adalah jawaban selengkapnya.

“Dalam melakukan sosialisasi, KPU Kota Medan dapat bekerjasama dengan kelompok atau organisasi kemasyarakatan, komunitas masyarakat, organisasi keagamaan, kelompok adat, badan hukum, lembaga pendidikan, instansi pemerintah, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah, dan/atau media massa cetak dan elektronik sesuai dengan ketentuan yang sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan”.

Komisi pemilihan umum tentunya menjalin hubungan terhadap pihak lain agar berjalan dengan baik seperti melalui berbagai pertemuan, tokoh masyarakat, komunitas, organisasi keagamaan, kelompok adat, badan hukum, lembaga pendidikan dan sebagainya.

Selanjutnya penulis bertanya mengenai bagaimana komisi pemilihan umum melibatkan lingkungan internal organisasi dalam mensosialisasikan pemilihan kepala daerah. Berikut jawaban dari komisioner komisi pemilihan umum

“ya ialah semua elemen kan kita ada berbagai divisi semuanya itu berperan untuk menyampaikan tahapan-tahapan untuk saling menyampaikan ataupun sosialisasi tahapan pemilihan, jadi penting lintas divisi untuk memastikan bahwasanya informasi pemilihan sampai ke masyarakat” .

Menurut informan kedua komisi pemilihan umum harus melibatkan setiap divisi yang ada karena setiap divisi memiliki perannya masing-masing. Hal ini juga disetujui oleh informan kedua yang menyatakan bahwa keterlibatan semua pihak

dalam organisasi adalah salah satu cara agar informasi sampai ke masyarakat secara menyeluruh.

“tentunya kita melibatkan semua pihak internal organisasi dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar pesan yang diberikan dapat diterima oleh masyarakat”.

Komisi pemilihan umum tentunya melibatkan semua pihak termasuk pihak internal organisasi komisi pemilihan umum itu sendiri dalam melakukan sosialisasi agar pesan yang di berikan dapat di terima oleh masyarakat.

Dalam menyampaikan informasi tentunya ada perbedaan informasi yang diterima oleh masyarakat. Penulis juga bertanya bagaimana komisi pemilihan umum menahan ketidak pastian perbedaan informasi dengan informasi yang diharapkan terkait mensosialisasikan pemilihan kepala daerah kota Medan. Dan komisioner komisi pemilihan umum memberikan jawaban sebagai berikut.

“yang berbeda itu sebenarnya cara saja, kalau informasi yang di sampaikan berkaitan dengan sosialisasi sama saja”

Sementara untuk ketidak pastian informasi yang sampai kepada masyarakat baik pihak informan pertama maupun kedua sama-sama membantah tentang adanya kesenjangan informasi yang sampai kepada masyarakat. Pihak Komisi Pemilihan Umum memastikan bahwasannya semua informasi yang disampaikan oleh KPU dan yang diterima oleh masyarakat adalah sama. Sesuai dengan pernyataan oleh informan kedua seperti di bawah ini.

“informasi yang di sampaikan oleh KPU kepada masyarakat itu sama”

Informasi yang di sampaikan kepada masyarakat itu sama, akan tetapi cara penyampaian saja yang berbeda.

Dalam penyampaian informasi tentunya ada komunikasi yang dilakukan oleh komisi pemilihan umum salah satunya komunikasi massa. Pada kesempatan ini juga penulis bertanya bagaimana cara komisi pemilihan umum memanfaatkan komunikasi massa dalam mensosialisasikan pemilihan kepala daerah kepada masyarakat. Komisioner komisi pemilihan umum memberikan jawaban sebagai berikut.

“menggunakan media ya, media mainstream, media elektronik, kemudian adanya media center. Melalui keterlibatan media inilah kita sampaikan informasi pemilihan itu, termasuk yang di jajarannya sendiri PPK PPS yang kemudian menyampaikan informasi kepemiluan secara tatap muka, pertemuan-pertemuan atau memang dalam bentuk daring, pokoknya kita menggunakan segala cara”.

Untuk penggunaan media massa informan pertama menyatakan bahwa pihak komisi pemilihan umum memanfaatkan penggunaan media massa mainstream seperti media elektronik, sementara informan kedua menambahkan bahwa KPU juga memanfaatkan penggunaan media baru seperti media sosial baik itu Instagram, Facebook, dan YouTube.

“Penyampaian informasi melalui komunikasi massa dapat dilakukan melalui media massa cetak, media massa elektronik (radio; televisi; dan media dalam jaringan/online) dan media sosial (seperti IG, FB, youtube).

Dalam bentuk tulisan; gambar; suara; dan/atau audiovisual yang dikemas dalam bentuk pemberitaan, himbauan dan iklan”.

Dalam hal ini komisi pemilihan umum juga memanfaatkan komunikasi massa dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat seperti menggunakan media cetak, media elektronik dan ada juga media center agar masyarakat juga mudah mengetahui mengenai informasi apa saja yang di sampaikan oleh komisi pemilihan umum.

Masyarakat tentunya terdiri dari berbagai suku, agama, ras dan lain sebagainya. Kemudian penulis bertanya bagaimana cara komisi pemilihan umum mengemas pesan terkait sosialisasi pemilihan kepala daerah kepada masyarakat yang bersifat anonym dan heterogen. Komisioner komisi pemilihan umum memberikan jawaban sebagai berikut.

“salah satunya melalui media sosial, kita kan nggak tau siapa, cuman lewat media sosial kita sampaikan. Informasi-informasi kegiatan-kegiatan yang kita lakukan melalui media sosial”.

Dalam pengemasan informasi terkhusus terhadap masyarakat yang heterogen informan pertama hanya menjelaskan tentang KPU hanya sebatas menggunakan media sosial sebagai sarana penyampain informasi. Karena beranggapan bahwa media sosial adalah media yang cukup universal tanpa memandang ras,suku ataupun agama sehingga masyarakat akan lebih mudah menerima pesan yang disampaikan.

Sementara informan kedua menyatakan bahwasannya pihak KPU sebisa mungkin meminimalisir dan tidak menggunakan simbol-simbol lambing atau

bahasa dari suku atau agama tertentu di kota medan. Sesuai dengan pernyataan informan kedua seperti dibawah ini.

“Untuk mengemas pesan atau informasi pilkada ketengah-tengah masyarakat yang bersifat heterogen seperti di kota medan ini, KPU Kota Medan semaksimal mungkin tidak menggunakan simbol-simbol, lambang atau bahasa, dari suku atau agama tertentu yang ada di Kota Medan”.

Pada saat menyampaikan informasi kepada masyarakat yang berifat anonym dan heterogen, komisi pemilihan umum semaksimal mungkin tidak menggunakan simbol-simbol, lambang atau bahasa dari suku atau agama dari tertentu yang ada. Agar pesan yang disampaikan dapat di terima oleh seluruh lapisan masyarakat.

Informasi yang diterima oleh masyarakat tentunya tidak ada perbedaan, tentunya informasi yang disampaikan terkait pemilhan kepala daerah. Penulis juga bertanya apakah pesan sosialisasi yang disampaikan kepada masyarakat menimbulkan keserempakan. Komisioner komisi pemilihan umum memberikan jawaban sebgai berikut.

“tergantung masyarakat nya yang memang membaca, kita gunakan baik media sosial maupun media massa termasuk elektronik radio dan tv, kita yakin sampai”.

Saat ditanya tentang apakah pesan yang disampaikan menimbulkan kesermpakan informan perta menyatakan hal tersebut tergantung bagaimana masyarakat dalam membaca, memahami, dan menyikapi isi pesan yang disampiakan oleh KPU.

Sementara informan kedua menambahkan dengan diberlakukannya sosialisasi secara terperinci tentang bagaimana sistematika dan alur dari pemilihan umum ditambah penyebaran informasi menggunakan media sosial, pihak KPU berharap masyarakat mendapatkan informasi yang sama sesuai dengan yang diharapkan oleh KPU. Jawaban selengkapnya adalah sebagai berikut.

“Pesan sosialisasi yang disampaikan KPU Kota Medan bertujuan untuk menyebarluaskan informasi mengenai tahapan, jadwal dan program Pemilihan; meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang hak dan kewajiban dalam Pemilihan; dan meningkatkan partisipasi Pemilih dalam Pemilihan yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat yang ada di Kota Medan dengan metode dan cara penyampaian yang beragam serta melibatkan banyak pihak dari seluruh golongan masyarakat. Sehingga harapannya, seluruh masyarakat menerima informasi yang sama terkait pelaksanaan pilkada di Kota Medan.

Pesan yang disampaikan kepada masyarakat bertujuan untuk menyebarluaskan informasi mengenai tahapan, jadwal, program pemilihan agar pemahama dan kesadaran masyarakat tentang hak dan kewajiban pemilihan serta meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan yang dapat di akses oleh seluruh lapisan masyarakat dengan metode dan cara penyampain yang beragam, sehingga seluruh laipasan masyarakat dapat menerima informasi yang sama terkait pelaksanaan pemilihan kepala daerah.

Dalam penyampaian informasi kepada masyarakat, tentunya ada masyarakat yang ingin bertanya lebih jauh seputar pelaksanaan pemilihan kepala daerah, tetapi dikarenakan keterbatasan waktu masyarakat tidak mengetahui bagaimana cara mendapatkan informasi tersebut. Penulis juga bertanya kepada komisioner komisi pemilihan umum apakah dalam menyampaikan pesan sosialisasi feedback yang tertunda juga diperhatikan. Berikut jawabannya.

“ya kita fasilitasi misalnya menggunakan media sosial, kalau belum terpuaskan bisa datang ke kantor, kita optimalkan untuk melayani”

Dalam menyikapi pertanyaan tentang feedback yang tertunda informan pertama menyatakan bahwa pihak komisi pemilihan umum membuka selebar-lebarnya bagi siapa saja masyarakat yang merasa belum terpuaskan dengan informasi yang disampaikan. Dengan cara mendatangi kantor komisi pemilihan umum di kota medan.

Hal ini didukung dengan pernyataan dari informan kedua yang menyatakan pihak KPU sudah berupaya semaksimal mungkin untuk memberikan sosialisasi kepada masyarakat, dengan bantuan dari organisasi masyarakat, memanfaatkan media sosial dan media massa, dan kerja sama dengan instansi dan organisasi terkait. Jika masyarakat merasa belum terpuaskan boleh menggunakan metode lain atau langsung mendatangi kantor komisi pemilihan umum di kota medan untuk informasi lebih lanjut. Selengkapnya adalah sebagai berikut.

“Kegiatan sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Medan untuk menyampaikan seluruh informasi seperti jadwal, program dan tahapan selama Pilkada di Kota Medan tidak hanya dilakukan pada komunitas tertentu dengan menggunakan media tertentu saja. Tapi menggunakan seluruh media yang ada mulai dari tatap muka, melalui media massa, bahan sosialisasi; mobilisasi sosial; pemanfaatan budaya lokal/tradisional, laman KPU Kota Medan, papan pengumuman KPU KPU Kota Medan, media sosial, media kreasi, dan/atau bentuk lain yang memudahkan masyarakat untuk dapat menerima Informasi Pemilihan dengan baik. Sehingga harapan jika masih ada feedback yang tertunda pada saat pelaksanaan sosialisasi dilakukan, masyarakat masih bisa memanfaatkan metode lainnya untuk mendapatkan informasi terkait pilkada di Kota Medan”

Komisi pemilihan umum tentunya memperhatikan feedback yang tertunda pada saat pelaksanaan sosialisasi, seperti menggunakan seluruh media yang ada mulai dari tatap muka, melalui media massa, bahan sosialisasi, mobilisasi sosial, laman komisi pemilihan umum serta bentuk lain yang memudahkan masyarakat menerima informasi terkait pemilihan kepala daerah.

Pada pelaksanaan pemilihan kepala daerah tentunya partisipasi masyarakat diperlukan agar proses pemilihan berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Pada kesempatan ini penulis menanyakan mengenai upaya komisi pemilihan umum dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat, apakah itu bersifat mobilisasi maupun di gerakkan oleh pihak lain atau partisipasi yang dilakukan secara

sukarela oleh masyarakat. Berikut jawaban dari komisioner komisi pemilihan umum.

“ya kita mobilisasi secara sukarela yang kita harapkan kesadaran menjalankan hak pilih, kalau mobilisasi itu sudah kepentingan nanti, jadi kita tetap pada prosedur yang kesadaran itu terbangun makanya perlu sosialisasi dan pendidikan pemilih perlunya disitu. Kita juga mengoptimalkan rumah pintar pemilu”

Sedangkan menurut informan kedua, bahwasanya kegiatan pemilu tetap melaksanakan mobilisasi, namun tetap melaksanakan hak pilih atau partisipasi sesuai dengan undang-undang. Informan kedua juga menambahkan pemilu itu juga di laksanakan berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rasia, jujur dan adil. Berikut adalah jawaban selengkapnya.

*“Dalam pelaksanaan sosialisasi, untuk mengajak, menghimbau atau memberikan informasi terkait pelaksanaan Pilkada, KPU Medan sangat mengharapkan adanya mobilisasi atau keterlibatan seluruh masyarakat yang ada d Kota Medan. **Namun** dalam hal penggunaan hak pilih atau partisipasi, sesuai dengan undang undang. Pemilu itu dilaksanakan berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil yang merupakan hak seluruh warga masyarakat yang sudah memenuhi syarat tanpa ada intimidasi atau paksaan dari pihak manapun”.*

4.1.3 Partisipasi Masyarakat

Dalam penelitian ini penulis juga melakukan observasi dan wawancara kepada empat (4) orang narasumber yang mana merupakan masyarakat sekitar. Dalam

sesi ini penulis mencari informasi tentang penilaian masyarakat tentang KPU serta bentuk partisipasi yang masyarakat lakukan dalam rangka menyambut pemilihan umum 2020 mendatang.

Pada sesi pertama penulis bertanya kepada masyarakat tentang apa saja yang dilakukan oleh KPU dalam mensosialisasikan pilkada kota medan?

Informan ketiga menyatakan bahwasannya dilingkungannya belum terlihat tentang apa sosialisasi dari pemilu 2020 sebagaimana jawaban berikut.

“menurut saya belum terlalu terlihat apa yang dilakukan KPU dalam mensosialisasikan hal-hal mengenai pilkada”

sementara informan keempat menyatakan bahwasannya belum ada petugas KPU yang datang kelilingkungannya untuk melakukan sosialisasi.

“sebenarnya kalau yang terjadi saat ini KPU belum ada sosialisasi dilingkungan kami, belum ada petugas-petugas KPU sampe dilingkungan kami ini”

Begitupun dengan informan kelima yang menyatakan belum ada sosialisasi apapun di tempatnya.

“selama ini belum ada”

Sedangkan menurut informan keenam pihak KPU hanya sekedar mensosialisasikan pasangan calon yang akan bertarung tidak dalam hal lain. Selengkapnya seperti dibawah ini.

“menurut saya yang disosialisasikan KPU yaitu masalah pasangan calon, terus yang sering saya baca dikoran itu untuk merealisasikan antara pasangan calon yang akan Bertarung”

Selanjutnya saat ditanya tentang bentuk komunikasi apa yang dilakukan oleh tim KPU dalam mensosialisasikan pilkada kepada masyarakat, informan tiga, empat, dan lima serempak menjawab tidak mengetahui dikarenakan belum adanya sosialisasi yang dilakukan oleh tim KPU terkait pilkada.

Namun berbeda dengan dengan informan ke enam yang menyatakan bahwa bentuk komunikasi yang dilkkan adalah komunikasi massa terkhus melalui media. Selengkapnya sebagai berikut.

“bentuk komunikasi massa, terkhusus media cetak dan tv, karena saya lihat banyak berupa iklan, dan spanduk saja”

Selanjutnya penulis menanyakan tentang apakah terdapat proses komunikasi setelah menerima pesan sosialisasi pilkada yang dilakukan oleh KPU. Dan berikut adalah jawaban yang penulis dapatkan dari masyarakat.

Informan ketiga menyatakan tidak, dikarenakan belum ada penyampaian informasi apapun terkait pilkada.

“tidak, sebab belum ada menerima penyampaian apapun dari KPU maupun bagian dari KPU”

Sementara informan ke empat, lima dan enam serempak juga menyatakan *“belum ada komunikasi yang di sampaikan oleh KPU”* sehingga mereka tidak bisa menilai bentuk komunikasi yang dilakukan oleh KPU.

Penulis juga menanyakan tentang pesan apa yang anda terima terkait sosialisasi pilkada yang dilakukan oleh KPU ? dan berikut adalah jawaban yang penulis dapatkan tentang respon masyarakat terkait sosialisasi pilkada oleh komisi pemilihan umum kota medan.

Informan ketiga, empat, dan lima menyatakan belum ada satupun pesan yang sampai kepada mereka sebagaimana tertuang dalam pernyataan narasumber yakni *“belum ada pesan yang di terima dari KPU”* karena tidak adanya pesan dan informasi yang diterima oleh masyarakat sehingga informan tidak dapat menilai pesan apa yang yang disampaikan oleh KPU terkait pilkada.

Berbeda dengan ketiga informan diatas, informan keenak menyatakan bahwa pesan yang beliau dapatkan hanyaslah sebatas intruksi untuk melaksanakan pilkada secara damai, selengkapnya adalah sebagai berikut.

“yang biasa diterima sebelum nya mengenai pilkada damai”

Berdasarkan hasil wawancara di atas, komisi pemilihan umum menyampaikan pesan kepada masyarakat mengenai seluruh tahapan, program dan jadwal pelaksanaan Pemilihan (pemutakhiran data dan daftar Pemilih; pencalonan dalam Pemilihan, Kampanye dalam Pemilihan; dana kampanye peserta Pemilihan; pemungutan, penghitungan dan rekapitulasi hasil penghitungan suara Pemilihan serta penetapan Pasangan Calon terpilih). Tetapi, masyarakat belum juga menerima pesan yang di sampaikan oleh komisi pemilihan umum

Selanjutnya penulis menanyakan tentang apakah masyarakat mengetahui jaringan apa yang dilakukan oleh KPU ? dan adapun jawaban yang penulis dapatkan adalah keempat infroman serempak menyatakan *“tidak tahu, sebab tidak pernah*

mendengar, melihat, dan mengetahui hal tersebut” hal ini dikarenakan lambat dan tidak meratanya proses sosialisasi yang dilakukan oleh KPU.

Selanjutnya penulis bertanya tentang apakah masyarakat merasakan KPU memiliki ketergantungan kepada masyarakat dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ? dan adapun jawab yang penulis dapatkan adalah sebagai berikut.

Informan ketiga menyatakan setuju dikarenakan tanpa adanya bantuan dari organisasi sosial masyarakat dalam mensosialisasikan agenda pemilu prosesi sosiasilasai akan mekan waktu lama. Berikut adalah jawaban selengkapnya.

“iya, sebab masyarakat dengan organisasi kemasyarakatan / kepemudaan akan membantu gerak KPU untuk mensosialisasikan informasi terkait agenda pemilu”

Sementara untuk informan keempat, lima dan enam, menyatakan *“sampai saat ini belum juga menegtahui”* tentang jaringan yang dimanfaatkan oleh KPU.

Pada kesempatan selanjutnya penulis menanyakan kepada informan terkait apakah masyarakat mengetahui bahwasanya KPU menjalin hubungan terhadap pihak lain dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ? berikut ini adalah jawaban yang penulis dapatkan.

Informan ketiga menyatakan belum mengetahui secara rinci dikarenakan belum menemukan sumber terkait.

“tidak, sebab tidak pernah menemukan sumber informasi terkait hal tersebut”

sementara informan ke empat, lima dan enam serempak menyatakan "*tidak mengetahui*" tentang hubungan yang dijalin oleh KPU kepada pihak lain terkait kegiatan sosialisasi pilkada 2020.

Selanjutnya penulis menanyakan kepada masyarakat tentang apakah mereka mengetahui bahwasanya KPU melibatkan pihak internal dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ? dan sangat disayangkan keempat informan menyatakan "*saya tidak mengetahui*" hal ini dikarenakan kurangnya sosialisasi yang didapatkan oleh masyarakat sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang prosesi pilkada dan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU.

Pada sesi selanjutnya penulis menanyakan tentang dalam mencerna informasi yang disosialisasikan KPU terkait pilkada, apakah terdapat perbedaan dalam menerima masyarakat terkait pesan tersebut ? berikut adalah jawaban selengkapnya.

Ke-empat informan yang merupakan perwakilan dari masyarakat menyatakan "*belum ada informasi yang disosialisasikan oleh KPU*" hal ini sangat disayangkan karena penulis hanya mendapatkan informasi berupa ketidak tahuan, dan tidak ada informasi yang didapatkan oleh masyarakat terkait informasi seputar pilkada.

Selanjutnya penulis menanyakan tentang dari mana anda mengetahui bahwasanya KPU menggunakan media massa dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?.

Informan ketiga dan empat menyatakan

"saya tidak mengetahui"

Sementara informan kelima menyatakan emndapatkan informasi dari media sosial, namun masih ada informasi yang kurang jelas. Berikut jawaban selengkapnya.

“selama ini paling didengar dari medos saja tapi belum akurat datanya, istilahnya nggak begitu jelas penyampaian nya kepada masyarakat”

Sementara informan keenam menyatakan mendapatkan informasi dari media cetak yaitu Koran

“saya mendapatkan informasi dari koran”

Selanjutnya penulis menanyakan apakah masyarakat menerima pesan yang disampaikan oleh KPU bersifat anonim dan heterogen ? dank e-empat informan serempak menyatakan

“belum ada pesan apapun yang disampaikan oleh KPU”

Pada sesi berikutnya penulis menanyakan tentang menurut pandangan masyarakat, pesan yang disampaikan oleh KPU sama pemahamannya dengan apa yang anda terima ?. dan lagi-lagi penulis mendapatkan jawaban yang sama yaitu *“belum ada pesan yang disampaikan”* hal ini dapat terjadi karena minimnya akses informasi dan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU.

Berikutnya penulis bertanya kepada masyarakat tentang menurut pandangan masyarakat perlukah adanya feedback terkait pesan yang disampaikan oleh KPU ? Informan ketiga, empat, dan lima menyatakan tidak tahu, dikarenakan belum ada informasi yang disampaikan.

Berbeda dengan ketiga informan diatas, informan ke enam menyatakan perlu adanya feedback terkait pesan yang disampaikan karena untuk menguji keaktifan KPU dalam menghadapi tanggapan masyarakat. Sebagaimana tanggapan dibawah ini.

“menurut saya perlu, untuk melihat tanggapan dari KPU”.

Pada sesi terakhir penulis menanyakan tentang dengan pesan yang disampaikan, apakah anda merasa tertarik berpartisipasi dalam pilkada kota medan ? dan berikut ini adalah jawaban yang penulis dapatkan dari keempat informan.

Informan ketiga menyatakan belum menerima informasi apapun, dan tidak menambahkan komentar lain. Sebagaimana pernyataan berikut.

“belum menerima pesan atau informasi apapun”

Informan keempat menyatakan, walaupun belum ada informasi yang diterima, namun sebagai masyarat tentu harus tetap berpartisipasi dalam pemilihan umum, karena sebagai masyarakat kita bertanggung jawab untuk memilih pemimpin kita. Berikut adalah jawaban selengkapnya

“belum ada pesan yang disampaikan oleh KPU. Kalau di bilang apakah tertarik, ya tertarik, namanya kita sebagai rakyat harus memilih seorang pemimpin, kita berharap mendapat mendapat pemimpin yang amanah yang memperhatikan rakyatnya, yang memperhatikan kondisi ekonomi rakyatnya, yang memperhatikan kondisi kesehatan rakyatnya, itu harapan kami sebagai rakyat biasa”

Informan kelima juga menyatakan walaupun belum ada informasi yang didapat, namun akan tetap berpartisipasi. Sebagaimana pernyataan dibawah ini.

“pesan yang disampaikan belum ada, tetapi sebagai masyarakat kita berpartisipasi untuk memilih calon pemimpin”

Dan informan keenam menyatakan akan tetap berpartisipasi dalam pilkada 2020 mendatang, sebagaimana pernyataan berikut.

“ya saya tertarik, dan akan tetap berpartisipasi”.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian Peran Komisi Pemilihan Umum Untuk Meningkatkan Partisipasi politik masyarakat dalam pilkada kota medan tahun 2020, pembahasan penelitian sebagai berikut :

Peran adalah aspek dari kedudukan seseorang atau status, peranan di definisikan sebagai pola tingkah laku yang di harapkan masyarakat dari orang yang menduduki status tertentu. Dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum mempunyai peran yang sangat penting dalam mensosialisasikan mengenai jadwal pemilihan kepada masyarakat. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum tentang jadwal pelaksanaan, pendaftaran dan pendataan pemilih. Kemudian sosialisasi dengan komunikasi tatap muka melalui media massa, media sosial, media kreasi, papan pengumuman KPU dan sebagainya. Di situasi pandemik sekarang sosialisasinya juga mengenai new normal, penggunaan masker, handsanitizer dan sebagainya sesuai dengan protokol kesehatan yang

tetapkan oleh pemerintah. Namun masyarakat belum menerima sosialisasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum

Komunikasi organisasi terdiri dari proses, peran, jaringan, keadaan saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidak pastian.

a. Proses

Proses adalah menciptakan dalam saling menukar pesan secara terus-menerus dan tidak ada henti-hentinya. komunikasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum dalam mensosialisasikan pilkada kepada masyarakat melalui komunikasi dua arah. Dalam hal ini juga masyarakat belum menerima proses komunikasi yang disampaikan.

b. Pesan

Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang di hasilkan oleh interaksi dengan orang. Dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum menyampaikan pesan kepada masyarakat mengenai seluruh tahapan, program dan jadwal pelaksanaan Pemilihan (pemutakhiran data dan daftar Pemilih; pencalonan dalam Pemilihan, Kampanye dalam Pemilihan; dana kampanye peserta Pemilihan; pemungutan, penghitungan dan rekapitulasi hasil penghitungan suara Pemilihan serta penetapan Pasangan Calon terpilih). Tetapi, masyarakat belum juga menerima pesan yang di sampaikan oleh komisi pemilihina umum

c. Jaringan

Jaringan merupakan ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum melibatkan jaringan dalam bentuk kerjasama sesuai dengan ketentuan yang sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan, dan juga melakukan kerja sama dengan perguruan tinggi, organisasi masyarakat maupun sekolah. Dalam hal ini juga masyarakat belum mengetahui jaringan yang di manfaatkan oleh komis pemilihan umum.

d. Hubungan

Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk fungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu di pelajari. Dalam melakukan sosialisasi, Komisi Pemilihan Umum Kota Medan dapat bekerjasama dengan kelompok atau organisasi kemasyarakatan, komunitas masyarakat, organisasi keagamaan, kelompok adat, badan hukum, lembaga pendidikan, instansi pemerinta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah, dan/atau media massa cetak dan elektronik sesuai dengan ketentuan yang sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Dalam hal ini juga msyarakat belum mengetahui mengenai hubungan yang di jalin oleh Komisi Pemilihan Umum kepada pihak lain.

e. Lingkungan

Lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu

sistem. Komisi pemilihan umum melibatkan pihak internal organisasi yaitu semua divisi yang ada dan memastikan bahwasanya informasi mengenai pemilihan kepala daerah sampai kepada masyarakat. Tetapi di lain sisi masyarakat belum mengetahui jika komisi pemilihan umum melibatkan pihak internal organisasi dalam mensosialisasikan mengenai pemilihan kepala daerah.

Komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang besar.

a. Pesan bersifat umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu di tujukan untuk semua orang dan tidak di tujukan kepada sekelompok orang tertentu, oleh karena itu komunikasi massa bersifat umum. Komisi pemilihan umum menyampaikan pesan melalui media masa bersifat terbuka dan dapat diakses dan diterima seluruh lapisan masyarakat karena menggunakan beragam media massa. Tetapi masyarakat belum mengetahui pesan yang di sampaikan oleh komisi pemilihan umum.

b. Komunikannya anonim dan heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung. Di samping anonim, komunikasi massa adah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat di kelompokkan berbagai faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi. Untuk mengemas pesan atau informasi pilkada ketengah-tengah masyarakat yang bersifat heterogen seperti di kota medan ini, KPU Kota

Medan semaksimal mungkin tidak menggunakan simbol-simbol, lambang atau bahasa, dari suku atau agama tertentu yang ada di Kota Medan. Tetapi masyarakat belum menerima pesan yang disampaikan oleh komisi pemilihan umum.

c. Komunikasi lebih mengutamakan isi dari pada hubungan

Salah satu prinsip komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000 : 99). Dalam penyampaian pesan tentunya komisi pemilihan umum lebih mementingkan isi pesan yang di sampaikan supaya masyarakat bisa mengerti. Tetapi masyarakat juga masih belum menerima pesan yang di sampaikan oleh komisi pemilihan umum.

d. Stimulasi alat indera yang terbatas

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera tergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah pembaca hanya melihat, pada radio siaran dan rekaman auditif audience hanya mendengar, sedangkan pada media televise dan film audience menggunakan indera penglihatan dan pendengaran.

Dalam pelaksanaan sosialisasi pilkada di kota medan, KPU Kota Medan semaksimal mungkin menyediakan media sosialisasi yang dapat dimanfaatkan oleh semua pihak termasuk disabilitas. Misalnya saja dalam pembuatan video sosialisasi, selain memperhatikan kualitas suara sehingga dapat dengan jelas diakses untuk pemilih tuna netra, KPU medan juga menyediakan teks dalam video sosialisasi dengan harapan masyarakat yang mengalami disabilitas tuna rungu tetap dapat mengakses video sosialisasi yang disediakan KPU Kota Medan. Selain itu, dalam setiap tahapan sosialisasi. KPU Kota Medan juga melibatkan masyarakat disabilitas seperti Forum Tuna Netra Indonesia (Fortuni) dan

organisasi lainnya. Masyarakat juga masih belum menerima pesan sosialisasi dari komisi pemilihan umum.

Dalam komunikasi politik, partisipasi adalah anggota khalayak yang aktif yang tidak hanya memperhatikan apa yang dikatakan oleh para pemimpin politik, tetapi juga menanggapi dan bertukar pesan dengan para pemimpin itu. Ringkasnya, partisipasi politik, yaitu mereka sama-sama merupakan komunikator politik. Dalam pelaksanaan sosialisasi, untuk mengajak, menghimbau atau memberikan informasi terkait pelaksanaan Pilkada, KPU Medan sangat mengharapkan adanya mobilisasi atau keterlibatan seluruh masyarakat yang ada di Kota Medan. Namun dalam hal penggunaan hak pilih atau partisipasi, sesuai dengan undang undang. Pemilu itu dilaksanakan berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil yang merupakan hak seluruh warga masyarakat yang sudah memenuhi syarat tanpa ada intimidasi atau paksaan dari pihak manapun.

Sosialisasi yang disampaikan kepada masyarakat terkait pemilihan kepala daerah belum ada, tetapi masyarakat tetap berpartisipasi dalam pemilihan kepala daerah. sebagai rakyat harus memilih seorang pemimpin, mereka berharap mendapat mendapat pemimpin yang amanah yang memperhatikan rakyatnya, yang memperhatikan kondisi ekonomi rakyatnya, yang memperhatikan kondisi kesehatan rakyatnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka simpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang berjudul Peran Komisi Pemilihan Umum untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pilkada Kota Medan Tahun 2020 adalah sebagai berikut :

1. Peran Komisi Pemilihan Umum dalam pemilihan kepala daerah mengenai seluruh tahapan, program dan jadwal pelaksanaan Pemilihan (pemutakhiran data dan daftar pemilih, pencalonan dalam pemilihan, kampanye dalam pemilihan, dana kampanye peserta pemilihan, pemungutan, penghitungan dan rekapitulasi hasil penghitungan suara Pemilihan serta penetapan Pasangan Calon terpilih). Kemudian sosialisasi dengan komunikasi tatap muka melalui media massa, media sosial, media kreasi, papan pengumuman KPU dan sebagainya. Di situasi pandemic seperti sekarang sosialisasinya juga mengenai new normal, penggunaan masker, handsanitizer dan sebagainya sesuai dengan protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah.
2. Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat di kota medan, komisi pemilihan umum masih belum menyampaikan sosialisasi secara langsung, sehingga masyarakat tidak mengetahui mengenai pesan-pesan atau informasi yang disampaikan oleh komisi pemilihan umum. Ketidaktahuan masyarakat terkait sistematika prosesi pemilihan kepala daerah tahun 2020

dikarenakan kurangnya akses informasi yang didapat oleh masyarakat, lambatnya waktu sosialisasi yang dilaksanakan oleh KPU dan informasi yang disampaikan seputar pemilihan umum masih belum menyetuntuh seluruh lapisan masyarakat

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang penulis lakukan, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Besar harapan penulis dalam penelitian ini, peran komisi pemilihan umum dalam pemilihan kepala daerah kepada masyarakat seharusnya lebih di tingkatkan lagi. Sebab banyak masyarakat yang belum mengetahui mengenai tahapan-tahapan pada pemilihan kepala daerah.
2. di harapkan dari penelitian ini menjadi bahan masukan kepada komisi pemilihan umum untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam pemilihan kepala daerah.
3. Partisipasi masyarakat tentunya sangat penting dalam pemilihan kepala daerah. Pesan yang disampaikan komisi pemilihan umum belum sepenuhnya sampai kepada masyarakat, tetapi sebagai masyarakat harus memilih seorang pemimpin yang amanah yang memperhatikan rakyatnya, yang memperhatikan kondisi ekonomi rakyatnya, yang memperhatikan kondisi kesehatan rakyatnya.

DAFTAR PUSTAKA :

- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Junaedi, Fajar. 2019. *Komunikasi Politik Teori, Aplikasi dan Strategi di Indonesia*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Kholil, Syukur. 2016. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Medan: Perdana Publishing.
- Maleong, Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta :Bumi Aksara.
- Nurudin. 2014. *Sistem Komunikasi Indonesia*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Romli, Khomsahrial. *Komunikasi Massa*, Jakarta :PT Grasindo
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, Bandung :ALVABETA, CV.
- Sutrisno, Edy. 2013. *Budaya Organisasi*. Jakarta: Kencana.
- Subiakto dan Ida. 2014. *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*. Jakarta: KENCANA Prenadamedia Group.

Jurnal.unissula.ac.id di akses pada tanggal 13 maret 2020

<http://www.bpkp.go.id/uu/filedownload/2/44/373.bpkp> tanggal 17 maret 2020

Dokumentasi



Foto bersama komisioner komisi pemilihan umum kota Medan Bapak Edy Suhartono





LAMPIRAN

Pedoman wawancara

Peran komisi pemilihan umum (KPU) untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam pilkada kota medan tahun 2020.

Pertanyaan untuk Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota medan :

1. apa saja bentuk dari sosialisasi yang di lakukan oleh KPU terkait upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat kota medan ?
2. bentuk komunikasi apa saja yang sudah anda lakukan terkait sosialisasi pilkada kota medan ?
3. Proses komunikasi apa yang terbentuk dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?
4. Pesan apa yang disampaikan dalam mensosialisasikan tentang pilkada kota medan ?
5. Apakah KPU memanfaatkan jaringan yang telah tercipta selama ini seperti melibatkan peranan-peranan tertentu didalam organisasi ?
Jika ya, bagaimana bentuk jaringannya ?
Jika tidak, mengapa ?
6. Apakah KPU memiliki ketergantungan dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?
Jika ya, bagaimana ?
Jika tidak, mengapa ?
7. Bagaimana KPU menjalin hubungan terhadap pihak lain dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?

8. Bagaimana KPU melibatkan lingkungan internal organisasi dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?
9. Bagaimana KPU menahan ketidakpastian perbedaan informasi dengan informasi yang diharapkan terkait mensosialisasikan pilkada kota medan ?
10. Bagaimana cara KPU memanfaatkan komunikasi massa dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?
11. Apakah pesan yang disampaikan melalui media massa yang dilakukan KPU bersifat terbuka yang dapat diterima oleh seluruh kalangan masyarakat ?
12. Bagaimana cara KPU mengemas pesan terkait sosialisasi pilkada kota medan kepada komunikan yang bersifat anonym dan heterogen ?
13. Dengan pesan sosialisasi pilkada yang disampaikan oleh KPU, apakah menimbulkan keserempakan dikalangan masyarakat ?
14. Dalam menyampaikan pesan sosialisasi pilkada, KPU lebih mengutamakan isi atau hubungan ?
15. Dalam menyampaikan pesan sosialisasi pilkada, apakah KPU menyediakan fasilitas bagi penyandang indera yang terbatas ?
16. Apakah KPU memperhatikan feedback yang tertunda pada saat mensosialisasikan pilkada ?
17. Sebagai upaya dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat, apakah KPU menginginkan partisipasi yang bersifat mobilisasi maupun digerakkan pihak lain ? atau partisipasi yang bersifat otonom yaitu partisipasi yang dilakukan secara sukarela oleh masyarakat ?

Pertanyaan untuk masyarakat kota medan

1. Menurut anda apa saja yang KPU lakukan dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?
2. Menurut anda bentuk apa saja yang dilakukan KPU dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?
3. Komunikasi organisasi apa yang anda terima saat ini ?
4. Apakah terdapat proses komunikasi setelah menerima pesan sosialisasi pilkada yang dilakukan oleh KPU ?
Jika ya, bagaimana ?
Jika tidak, mengapa ?
5. Pesan apa yang anda terima terkait sosialisasi pilkada yang dilakukan oleh KPU ?
6. Apakah anda mengetahui jaringan apa yang dilakukan oleh KPU ?
Jika ya, bagaimana ?
Jika tidak, mengapa ?
7. Apakah anda merasakan KPU memiliki ketergantungan kepada masyarakat dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?
Jika ya, bagaimana ?
Jika tidak, mengapa ?
8. Apakah anda mengetahui bahwasanya KPU menjalin hubungan terhadap pihak lain dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?
Jika ya, bagaimana ?
Jika tidak, mengapa ?

9. Apakah anda mengetahui bahwasanya KPU melibatkan pihak internal dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?
Jika ya, bagaimana ?
Jika tidak, mengapa ?
10. Dalam mencerna informasi yang disosialisasikan KPU terkait pilkada, apakah terdapat perbedaan dalam menerima pesan tersebut ?
11. Dari mana anda mengetahui bahwasanya KPU menggunakan media massa dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?
12. Apakah anda dapat menerima pesan yang disampaikan oleh KPU bersifat anonim dan heterogen ?
13. Menurut anda, pesan apa yang disampaikan oleh KPU sama pemahamannya dengan apa yang anda terima ?
14. Dengan pesan yang diterima, anda condong kepada isi pesan atau hubungan yang ada didalam pesan tersebut ?
15. Menurut anda apakah pesan yang disampaikan KPU dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat ?
16. Menurut anda perlukah adanya feedback terkait pesan yang disampaikan oleh KPU ?
17. Dengan pesan yang disampaikan, apakah anda merasa tertarik berpartisipasi dalam pilkada kota medan ?

nama : edy suhartono
 umur : 50 tahun
 pekerjaan/jabatan : komisioner KPU kota Medan (divisi parmas dan SDM)
 agama : islam
 keterangan : P = pewawancara
 I = informan

P : selamat siang pak, apa saja bentuk sosialisasi yang di lakukan oleh kpu terkait upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat kota medan ?

I : kegiatan sosialisasi terkait dengan pilkada tahun 2020 ini sesuai dengan tahapan pemilihan kemudian sosialisasi tentang jadwal hari, tanggal pelaksanaan tentang pendaftaran dan pendataan pemilih, kemudian tentang pembentukan badan edhok pkkpps, kemudian tentang pencoklikan, kemudian ada juga tahapan tentang kampanye paslon di bulan September, kemudian tahapan tentang sosialisasi ini karna di situasi pandemic jadi sosialisasinya tentang new normal tentang penggunaan masker, handsanitizer dan sebagainya itu kita sosialisasikan pada saat petugas-petugas kita jajaran kita turun ke bawah melaksanakan sosialisasi. Jadi tidak hanya tahapan tetapi juga new normal itu kita sampaikan, yang paling penting adalah tahapan tahapan itu yang sekarang sudah tahapan melaksanakan macam inikan pendataan ya kita terus melakukan pendataan pemilih termasuk cokolit cocok dan teliti itu sampai kemudian nanti sosialisasi menggunakan menggunakan daring online maupun secara tatap muka, tentang apa ? tentang tahapan tahapan itulah.

P : bentuk komunikasi apa saja yang sudah anda lakukan terkait sosialisasi pilkada kota medan ?

I : komunikasi formal dan informal, forum group discussion (FGD), seminar web, daring

P : proses komunikasi apa saja yang terbentuk dalam mensosialisasikan tentang pilkada kota medan ?

I : komunikasi dua arah

P : pesan apa yang disampaikan dalam mensosialisasikan tentang pilkada kota medan ?

I : sosialisasi tentang tahapan pemilihan, data atau daftar pemilih, pencalonan, kampanye, sosialisasi new normal, hari dan tanggal pemilihan

P : apakah KPU memanfaatkan jaringan yang telah tercipta selama ini seperti melibatkan peranan-peranan tertentu di dalam organisasi ?

I : ya, kita menggunakan jaringan termasuk jaringan dengan perguruan tinggi, dengan ormas-ormas maupun dengan sekolah. Karna kan sekarang ini karna situasi pandemik kita ekstra bekerja di situasi pandemik ini. Kita pasti memanfaatkan jaringan yang ada selama ini di perguruan tinggi, di ormas di komunitas – komunitas baik dengan tatap muka nanti maupun dengan pertemuan yang sifatnya virtual.

P : apakah KPU memiliki ketergantungan dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?

I : ya, dengan LSM, ormas, perguruan tinggi, sekolah, komunitas

P : bagaimana KPU menjalin hubungan terhadap pihak lain dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?

I : melalui berbagai pertemuan atau rakor, memanfaatkan berbagai momen kegiatan, stekholder lainnya, termasuk nanti teman teman yang ada di komunitas atau tokoh tokoh masyarakat, tokoh budaya yang memang perlu kita sampaikan dalam setiap berbagai setiap kesempatan, pertemuan, rakor yaitu kita sampaikan tentang jadwal hari pemilihan, penting nya memilih kemudian menjalankan hak pilih dan seterusnya.

P : bagaimana KPU melibatkan lingkungan internal organisasi dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?

I : ya ialah semua elemen kan kita ada berbagai divisi semuanya itu berperan untuk menyampaikan tahapan-tahapan untuk saling menyampaikan ataupun sosialisasi tahapan pemilihan, jadi penting lintas divisi untuk memastikan bahwasanya informasi pemilihan sampai ke masyarakat.

P : bagaimana KPU menahan ketidakpastian perbedaan informasi dengan informasi yang di harapkan terkait mensosialisasikan pilkada kota medan ?

I : yang berbeda itu sebenarnya cara saja, kalau informasi yang disampaikan berkaitan dengan sosialisasi sama saja.

P : bagaimana cara KPU memanfaatkan komunikasi massa dalam mensosialisasikan pilkada kota medan ?

I : menggunakan media ya, media mainstream, media elektronik, kemudian adanya media center. Melalui keterlibatan media inilah kita sampaikan informasi pemilihan itu, termasuk yang di jajaran kita sendiri PPK PPS yang kemudian menyampaikan informasi ke pemilihan secara tatap muka, pertemuan-pertemuan atau memeng dalam bentuk daring, pokoknya kita menggunakan segala cara.

P : apakah pesan yang dilakukan melalui media massa yang dilakukan KPU bersifat terbuka yang dapat diterima oleh seluruh kalangan masyarakat ?

I :

P : bagaimana cara KPU mengemas pesan terkait sosialisasi pilkada kota medan kepada komunikan yang bersifat anonim dan heterogen ?

I : salah satunya melalui media sosial, kita kan nggak tau siapa, cuman lewat media sosial kita sampaikan. Informasi-informasi kegiatan-kegiatan yang kita lakukan melalui media sosial.

P : dengan pesan sosialisasi pilkada yang dilakukan oleh KPU, apakah menimbulkan keserempakan di kalangan masyarakat ?

I : tergantung masyarakatnya yang memang membaca, kita gunakan baik media sosial maupun media massa termasuk elektronik radio dan tv, kita yakin sampai.

P : dalam menyampaikan pesan sosialisasi pilkada, KPU lebih mengutamakan isi atau hubungan ?

I :

P : dalam menyampaikan pesan sosialisai pilkada, apakah KPU menyediakan fasilitas bagi penyandang indera yang terbatas ?

I : kita menggunakan penterjemah, termasuk kita menggunakan alat bantu pendengar

P : apakah KPU memperhatikan feedback yang tertunda pada saat mensosialisasikan pilkada ?

I : ya kita fasilitasi misalnya menggunakan media sosial, kalau belum terpuaskan bisa datang ke kantor, kita optimalkan untuk melayani

P : sebagai upaya dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat, apakah KPU menginginkan partisipasi yang bersifat mobilisasi maupun di gerakkan pihak lain ? atau partisipasi yang bersifat otonom yaitu partisipasi yang dilakukan secara sukarela oleh masyarakat ?

I : ya kita mobilisasi secara sukarela yang kita harapkan kesadaran menjalankan hak pilih, kalau mobilisasi itu sudah kepentingan nanti, jadi kita tetap pada prosedur yang kesadaran itu terbangun makanya perlu sosialisasi dan pendidikan pemilih perlunya disitu. Kita juga mengoptimalkan rumah pintar pemilu.

nama : nana miranti
 umur : 36 tahun
 pekerjaan/jabatan : komisioner KPU kota Medan (divisi program, data dan informasi)
 agama : islam
 keterangan : P = pewawancara
 I = informan

P : apa saja bentuk dari sosialisasi yang dilakukan oleh KPU terkait upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat kota medan?

I : Bentuk sosialisasi yang dilakukan diantaranya ada sosialisasi dengan komunikasi tatap muka; melalui media massa; bahan sosialisasi; mobilisasi sosial; pemanfaatan budaya lokal/tradisional; laman KPU Kota Medan; papan pengumuman KPU KPU Kota Medan; media sosial; media kreasi; dan/atau; bentuk lain yang memudahkan masyarakat untuk dapat menerima Informasi Pemilihan dengan baik.

P : Bentuk komunikasi apa saja yang sudah anda lakukan terkait sosialisasi Pilkada Kota Medan ?

I : Visual (tulisan dan gambar), non visual (suara), audiovisual

P : Proses komunikasi apa yang terbentuk dalam mensosialisasikan pilkada kota medan?

I : Komunikasi dua arah

P : Pesan apa yang disampaikan dalam mensosialisasikan pilkada kota medan?

I : Materi Sosialisasi Pemilihan mencakup:

- a. seluruh tahapan, program dan jadwal pelaksanaan Pemilihan (pemutakhiran data dan daftar Pemilih; pencalonan dalam Pemilihan; Kampanye dalam Pemilihan; dana kampanye peserta Pemilihan; pemungutan, penghitungan dan rekapitulasi hasil penghitungan suara Pemilihan serta penetapan Pasangan Calon terpilih).
- b. materi lain terkait tahapan penyelenggaraan Pemilihan.

P : Apakah KPU memanfaatkan jaringan yang telah tercipta selama ini?

I : Iya, melibatkan. Dalam bentuk kerjasama sesuai dengan ketentuan yang sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan.

P : Apakah KPU memiliki ketergantungan dalam mensosialisasikan Pilkada Kota Medan?

I : untuk mencapai seluruh sasaran Sosialisasi Pemilihan KPU Medan memang harus dibantu oleh PPK, PPS dan Partisipasi seluruh Masyarakat.

P : Bagaimana KPU menjalankan hubungan terhadap pihak lain dalam mensosialisasikan Pilkada Kota Medan?

I : Dalam melakukan sosialisasi, KPU Kota Medan dapat bekerjasama dengan kelompok atau organisasi kemasyarakatan; komunitas masyarakat; organisasi keagamaan; kelompok adat; badan hukum; lembaga pendidikan; instansi pemerintah; Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah; dan/atau media massa cetak dan elektronik sesuai dengan ketentuan yang sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan.

P : Bagaimana KPU melibatkan lingkungan internal organisasi dalam mensosialisasikan Pilkada Kota Medan?

I :

P : Bagaimana KPU menahan ketidak pastian perbedaan informasi dengan informasi yang diharapkan terkait mensosialisasikan pilkada Kota Medan?

I : informasi yang di sampaikan oleh KPU kepada masyarakat itu sama

P : Bagaimana KPU memanfaatkan komunikasi masa dalam mensosialisasikan pilkada kota medan?

I : Penyampaian informasi melalui komunikasi massa dapat dilakukan melalui media massa cetak, media massa elektronik (radio; televisi; dan media dalam jaringan/online) dan media social (seperti IG, FB, youtube). Dalam bentuk tulisan; gambar; suara; dan/atau audiovisual yang dikemas dalam bentuk pemberitaan, himbuan dan iklan.

P : Apakah pesan yang disampaikan melalui media massa yang dilakukan KPU bersifat terbuka yang dapat diterima oleh seluruh kalangan masyarakat?

I : Informasi yang disampaikan KPU Medan melalui media masa bersifat terbuka dan dapat diakses dan diterima seluruh lapisan masyarakat karena menggunakan beragam media massa

P : Bagaimana cara KPU mengemas pesan terkait sosialisasi pilkada kota medan kepada komunitas yang bersifat anonym dan heterogen?

I : Untuk mengemas pesan atau informasi pilkada ketengah-tengah masyarakat yang bersifat heterogen seperti di kota medan ini, KPU Kota Medan semaksimal mungkin tidak menggunakan simbol-simbol, lambang atau bahasa, dari suku atau agama tertentu yang ada di Kota Medan.

P : Dengan pesan sosialisasi yang disampaikan oleh KPU, apakah menimbulkan keserempakan dikalangan masyarakat?

I : Pesan sosialisasi yang disampaikan KPU Kota Medan bertujuan untuk menyebarluaskan informasi mengenai tahapan, jadwal dan program Pemilihan; meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang hak dan kewajiban dalam Pemilihan; dan meningkatkan partisipasi Pemilih dalam Pemilihan yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat yang ada di Kota Medan dengan metode dan cara penyampaian yang beragam serta melibatkan banyak pihak dari seluruh golongan masyarakat. Sehingga harapannya, seluruh masyarakat menerima informasi yang sama terkait pelaksanaan pilkada di Kota Medan.

P : Dalam menyampaikan pesan sosialisasi Pilkada, KPU lebih mengutamakan isi atau hubungan?

I :

P : Dalam menyampaikan pesan sosialisasi Pilkada, apakah KPU menyediakan fasilitas bagi penyandang indra yang terbatas?

I : Dalam pelaksanaan sosialisasi pilkada di kota medan, KPU Kota Medan semaksimal mungkin menyediakan media sosialisasi yang dapat dimanfaatkan oleh semua pihak termasuk disabilitas. Misalnya saja dalam pembuatan video sosialisasi, selain memperhatikan kualitas suara sehingga dapat dengan jelas diakses untuk pemilih tuna netra, KPU medan juga menyediakan teks dalam video sosialisasi dengan harapan masyarakat yang mengalami disabilitas tuna runngu

tetap dapat mengakses video sosialisasi yang disediakan KPU Kota Medan. Selain itu, dalam setiap tahapan sosialisasi. KPU Kota Medan juga melibatkan masyarakat disabilitas seperti Forum Tuna Netra Indonesia (Fortuni) dan organisasi lainnya.

P : Apakah KPU memperhatikan feedback yang tertunda pada saat mensosialisasikan pilkada

I : Kegiatan sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Medan untuk menyampaikan seluruh informasi seperti jadwal, program dan tahapan selama Pilkada di Kota Medan tidak hanya dilakukan pada komunitas tertentu dengan menggunakan media tertentu saja. Tapi menggunakan seluruh media yang ada mulai dari tatap muka; melalui media massa; bahan sosialisasi; mobilisasi sosial; pemanfaatan budaya lokal/tradisional; laman KPU Kota Medan; papan pengumuman KPU KPU Kota Medan; media sosial; media kreasi; dan/atau; bentuk lain yang memudahkan masyarakat untuk dapat menerima Informasi Pemilihan dengan baik. Sehingga harapan jika masih ada feedback yang tertunda pada saat pelaksanaan sosialisasi dilakukan, masyarakat masih bisa memanfaatkan metode lainnya untuk mendapatkan informasi terkait pilkada di Kota Medan.

P : Sebagai upaya dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat, apakah KPU menginginkan partisipasi yang bersifat mobilisasi maupun digerakkan pihak lain? Atau partisipasi yang bersifat otonom yaitu partisipasi yang dilakukan secara sukarela oleh masyarakat?

I : Dalam pelaksanaan sosialisasi, untuk mengajak, menghimbau atau memberikan informasi terkait pelaksanaan Pilkada, KPU Medan sangat mengharapkan adanya mobilisasi atau keterlibatan seluruh masyarakat yang ada di Kota Medan. **Namun** dalam hal penggunaan hak pilih atau partisipasi, sesuai dengan undang undang. Pemilu itu dilaksanakan berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil yang merupakan hak seluruh warga masyarakat yang sudah memenuhi syarat tanpa ada intimidasi atau paksaan dari pihak manapun.