

## **Peran Komisi Pemilihan Umum Dalam Sosialisasi Pemilu sebagai upaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Presiden 2014 di Kalimantan Timur**

**Maslekeh Pratama Putri<sup>1</sup>**

### **Abstrak**

*Maslekeh Pratama Putri, Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Dalam Sosialisasi Pemilu sebagai upaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Presiden 2014 di Kalimantan Timur. Bimbingan Ibu Ina Fitriyarni, S.Sos., M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Mohammad Taufik, S.Sos., M.Si selaku pembimbing II.*

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Dalam Sosialisasi Pemilu sebagai upaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Presiden 2014 di Kalimantan Timur. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan wawancara langsung serta data sekunder menggunakan artikel, sumber tertulis terutama sumber online yang relevan.*

*Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Menggunakan analisis data dengan metode Miles dan Huberman yaitu analisis data yang diawali dengan proses pengumpulan, reduksi, dan penyajian data serta penarikan kesimpulan.*

*Dari hasil penyajian data yang diperoleh dan penguraian pada pembahasan penelitian ini, diketahui gambaran umum pada pembahasan penelitian ini, diketahui Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Dalam Sosialisasi Pemilu sebagai upaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Presiden 2014 di Kalimantan Timur, KPU Provinsi Kalimantan Timur telah melakukan Kegiatan sosialisasi interaksional (dilakukan dalam banyak program dan melibatkan beberapa elemen masyarakat, organisasi kemasyarakatan yang bertujuan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang proses pemilu dan juga kepada pemilih pemula serta kelompok gender dan disabilitas.) dan sosialisasi directional (media diantaranya melalui pamflet/poster, brosur, spanduk, maupun melalui media informasi publik seperti iklan layanan masyarakat yang disiarkan melalui media televisi, radio serta media cetak.)*

**Kata kunci:** *Peran, Komisi Pemilihan Umum, Sosialisasi, Partisipasi Politik, Pilpres*

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: Echa.boby@yahoo.co.id

## **PENDAHULUAN**

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan salah satu pilar demokrasi sebagai sarana perwujudan kedaulatan rakyat guna menghasilkan pemerintahan yang demokratis. Pemerintahan yang dihasilkan dari Pemilu diharapkan menjadi pemerintahan yang mendapat legitimasi yang kuat dan amanah. Pemilu pun menjadi tonggak tegaknya demokrasi, di mana rakyat secara langsung terlibat aktif dalam menentukan arah dan kebijakan politik negara untuk satu periode pemerintahan ke depan.

Keberhasilan pemilu tentunya sangat dipengaruhi oleh seberapa besar tingkat kesadaran politik warganegara yang bersangkutan. Kesadaran politik ini terefleksi dari seberapa besar partisipasi dan peran masyarakat dalam proses pemilu, dengan memberikan kesempatan kepada setiap warganegara untuk memberikan suara dukungannya dalam proses penetapan pemerintah baik di eksekutif maupun legislatif selaku pemangku kebijakan.

Pada dasarnya partisipasi politik masyarakat dalam pemilu dapat menjadi sarana bagi masyarakat dalam mengontrol jalannya pemerintah yang akan terpilih. Masyarakat berhak untuk menentukan dan menyerahkan amanahnya kepada mereka yang layak dan dipercaya untuk menjalankan roda pemerintahan kedepan. Selain itu partisipasi politik masyarakat juga dapat menjadi alat untuk mengekspresikan eksistensi individu atau kelompok sosial di masyarakat dengan mempengaruhi pemerintah melalui mekanisme politik.

Rendahnya partisipasi politik umumnya muncul karena sikap apatis dan sikap apriori terhadap aktifitas dan kegiatan politik, dimana masyarakat lebih memilih untuk menjalankan aktivitas harian mereka seperti bekerja, berolahraga, klub sosial, bertamasya dan sebagainya, yang dirasa dapat memberikan suatu manfaat yang lebih nyata dibandingkan dengan harus berpartisipasi dalam politik. Faktor lain yang juga erat kaitannya dengan partisipasi politik adalah dengan tingkat pendidikan masyarakat, dimana semakin tinggi tingkat pendidikan masyarakat, biasanya akan berbanding lurus dengan kecenderungan mereka untuk berpartisipasi dalam politik. Inilah yang menjadi ironi di banyak negara berkembang, dimana tingkat literasi masyarakat yang masih rendah, sehingga berimbas pada tingkat partisipasi masyarakat pada agenda politik yang umumnya tergolong rendah.

Keberadaan Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilihan umum (pemilu) juga dituntut harus profesional, akuntabel, dan berintegritas tinggi, karena memiliki nilai strategis yang sangat penting. KPU bertugas menyiapkan instrumen hukum guna menjamin para pemilih dapat menggunakan hak pilihnya. Sebagaimana tertuang dalam salah satu point misi KPU yaitu : “Meningkatkan kesadaran politik rakyat untuk berpartisipasi aktif dalam pemilu demi terwujudnya cita-cita masyarakat Indonesia yang demokratis”.

Dari uraian tersebut menunjukkan bahwa salahsatu peran strategis KPU adalah meningkatkan kesadaran politik rakyat untuk berpartisipasi aktif dalam setiap proses pemilihan umum, dengan demikian diperlukan suatu upaya sistematis bagi lembaga KPU untuk melakukan model komunikasi yang tepat

kepada masyarakat dalam rangka membangun kesadaran politik masyarakat sehingga dapat menciptakan proses demokratisasi di Indonesia.

Jika kita melihat perbandingan tingkat partisipasi politik masyarakat di Indonesia dalam pemilihan presiden langsung sejak tahun 2004 hingga sekarang akan terlihat bahwa tingkat partisipasi masyarakat dalam pemilu dari sisi kuantitas jumlah penduduk relatif meningkat, dimana selama satu dekade terdapat penambahan jumlah hingga mencapai 20 juta pemilih. Walaupun demikian, dari perbandingan rasio terhadap jumlah penduduk angka partisipasi politik masyarakat cenderung mengalami trend yang menurun, kondisi ini karena jumlah pemilih juga mengalami kenaikan yang cukup signifikan akibat pertumbuhan penduduk setiap tahunnya, secara lengkap nilai perbandingan tersebut tersaji dalam tabel berikut :

Tabel 1. Perbandingan Tingkat Partisipasi Pemilih pada Pemilu Presiden pada tahun 2004, 2009, 2014

NO.	EVENT PEMILU TAHUN	JUMLAH PEMILIH (DPT)	TINGKAT PARTISIPASI	
			JUMLAH	%
1.	Pemilu Presiden (2004)	150,644,202	116,662,705	77.44%
2.	Pemilu Presiden (2009)	171,068,667	127,983,655	74.81%
3.	Pemilu Presiden (2014)	193,944,140	134,953,957	69.58%

Sumber : KPU (data diolah)

Dari tabel diatas terlihat bahwa tingkat partisipasi pemilih pada Pemilu Presiden tahun 2004 memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibanding pelaksanaan Pemilu Presiden tahun 2009 dan tahun 2014. Kecenderungan trend dan tingkat partisipasi masyarakat dalam politik tentunya tidak lepas dari peran seluruh stakeholders, dan yang paling utama adalah sejauhmana peran dan strategi komunikasi politik dari penyelenggara pemilu dalam proses tersebut.

Berdasarkan pada latar belakang tersebut maka penulis bermaksud mengangkat judul tentang “Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam Sosialisasi Pemilu untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilu Presiden 2014 di Kalimantan Timur”.

### ***Rumusan masalah***

Sesuai dengan latar belakang yang diuraikan dalam latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu : ”Bagaimana Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kaltim dalam Sosialisasi Pemilu untuk meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilu Presiden 2014 ? ”.

### ***Tujuan Penelitian***

Pelaksanaan penelitian tentang Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kaltim dalam Sosialisasi Pemilu untuk meningkatkan Partisipasi Politik

Masyarakat pada Pemilu Presiden 2014 ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan tentang bagaimanakah peran Sosialisasi Pemilu yang telah dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Propinsi Kalimantan Timur dalam rangka meningkatkan partisipasi politik masyarakat untuk turut serta dan aktif pada Pemilu Presiden tahun 2014.

### ***Manfaat Penelitian***

1. Secara teoritis, setiap hasil penelitian tentunya dapat menjadi referensi ilmiah dan peningkatan wawasan bagi masyarakat dan komunitas ilmiah, khususnya bagi pihak yang terkait dengan disiplin ilmu bidang komunikasi.  
Secara spesifik penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam melihat Peran Sosialisasi pemilu yang dilakukan penyelenggara pemilu dalam meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pilpres 2014.
2. Secara praktis, penelitian ini tentunya dapat menjadi sumbang saran serta usulan konstruktif bagi pihak-pihak yang terkait dalam membangun strategi komunikasi yang efektif, tehnik komunikasi massa, dan bagaimana membangun opini publik untuk dapat mensukseskan proses demokrasi di Indonesia.

### ***Kerangka Dasar Teori***

Dalam penelitian yang bersifat ilmiah diperlukan teori sebagai pedoman dan landasan bagi peneliti untuk dapat menyusun Skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengemukakan beberapa pengertian dari teori-teori yang berhubungan langsung penelitian ini yang berfungsi untuk memberikan batasan atau gambaran yang jelas dari penelitian yang peneliti lakukan. Ada tiga teori yang diambil penulis sebagai teori yang mendasari dan relevan dengan penelitian ini, yaitu:

#### ***Teori Retorika***

Teori Retorika merupakan teori yang paling klasik dalam ilmu komunikasi. Puncak peranan retorika sebagai ilmu pernyataan antar manusia ditandai oleh munculnya Aristoteles (pencetus teori retorika). Aristoteles yang hidup pada saat komunikasi retorika sangat berkembang di Yunani. Perkembangan keterampilan orang membuat pidato pembelaan di muka pengadilan dan rapat-rapat umum yang dihadiri oleh rakyat. Sehingga, Model ini lebih berorientasi pada pidato, terutama pidato untuk mempengaruhi orang lain, sehingga teori ini juga bisa disebut sebagai teori retorikal/ teori retorik, yang kini dikenal sebagai komunikasi publik.

#### ***Teori Lasswell***

Teori komunikasi Lasswell berupa ungkapan verbal, yaitu :

- a. Who (siapa)
- b. Say what (mengatakan apa)
- c. In which channels (melalui saluran apa)
- d. To whom (kepada siapa)

e. With what effect (dengan akibat apa)

Lasswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu : pertama, pengawasan lingkungan. Kedua, korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan. Ketiga, transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi berikutnya. Lasswell berpendapat bahwa terdapat tiga kelompok spesialis yang bertanggung jawab melaksanakan fungsi-fungsi ini. Misalnya pemimpin politik dan diplomat termasuk kedalam kelompok pengawas lingkungan.

### ***Teori Interaksional Simbolik***

Teori ini memiliki karakter yang kualitatif, nonsistemik, dan nonlinier. Komunikasi digambarkan sebagai pembentukan makna (penafsiran atas pesan atau perilaku orang lain) oleh para peserta komunikasi. Beberapa konsep penting yang digunakan adalah diri (*self*), diri yang lain (*other*), simbol, makna, penafsiran, dan tindakan. Teori interaksionalisme simbolik menganggap manusia jauh lebih aktif dalam proses komunikasi. Konsep penting yang digunakan adalah diri, diri yang lain, symbol, makna, penafsiran, dan tindakan. Menurut teori ini orang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, melalui pengambilan peran orang lain (*role-taking*).

### ***Peran***

Pengertian peran menurut Soerjono Soekanto (2002: 243), peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan.

### ***KPU***

Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah lembaga Penyelenggara Pemilu yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri. Sifat nasional mencerminkan bahwa wilayah kerja dan tanggung jawab KPU sebagai penyelenggara pemilihan umum mencakup seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

### ***Komunikasi Politik***

Mulyana (2009:77) mengatakan bahwa komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa sosial, melainkan berdiri dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, sehingga banyak pakar kemudian mengklasifikasikan komunikasi berdasar konteksnya.

### ***Sosialisasi***

Menurut Charlotte Buchler sosialisasi adalah proses yang membantu individu belajar dan menyesuaikan diri bagaimana cara hidup dan berpikir kelompoknya agar ia dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya. Sementara Peter Burger menyatakan bahwa Pengertian sosialisasi merupakan

sebuah proses seorang anak menjadi seorang anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat.

### ***Sosialisasi Politik***

Sosialisasi politik, menurut Hyman merupakan suatu proses belajar yang kontinyu yang melibatkan baik belajar secara emosional (*emotional learning*) maupun indoktrinasi politik yang manifes (nyata) dan dimediasi (sarana komunikasi) oleh segala partisipasi dan pengalaman si individu yang menjalaninya.

### ***Sosialisasi Interaksional***

Dalam arti sempit interaksi berarti saling mempengaruhi (*mutual influence*). Pandangan komunikasi sebagai interaksi menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan, baik verbal atau non verbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau mengganggukkan kepala, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respons atau umpan balik dari orang kedua, dan begitu seterusnya.

### ***Sosialisasi Directional***

Jika merujuk pada literatur, dijelaskan bahwa komunikasi sebagai tindakan satu arah (*directional*) merupakan komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap muka) ataupun melalui media, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi, dimana komunikasi dianggap sebagai suatu proses linier yang dimulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya.

### ***Partisipasi***

Partisipasi politik secara harafiah berarti keikutsertaan, dalam konteks politik hal ini mengacu pada keikutsertaan warga dalam berbagai proses politik. Pengertian partisipasi politik adalah kegiatan warganegara yang bertujuan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan politik

### ***Definisi Konsepsional***

Definisi Konsepsional dalam penulisan skripsi ini sebagaimana mengacu pada judul “Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam Sosialisasi Pemilu untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pilpres 2014 di Kaltim” adalah ; Tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kaltim berdasarkan hak dan kewajibannya di dalam status sosial masyarakat, untuk melaksanakan dalam menyampaikan komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah dalam rangka meningkatkan

partisipasi warganegara untuk berperanserta dalam pengambilan keputusan politik pada Pilpres 2014 di Propinsi Kalimantan Timur.

## **METODE PENELITIAN**

### ***Jenis Penelitian***

Kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berpikir induktif, yaitu cara berpikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep). Hal tersebut dapat diartikan bahwa proses penelitian dalam penelitian kualitatif membawa peneliti untuk meneliti dari data-data yang didapat yang masih sempit dalam penjelasan atau bahkan data yang didapatkan bisa tanpa penjelasan kemudian peneliti menjabarkannya melalui cara berpikir peneliti dengan konsep-konsep tertentu (Kriyantono, 2010: 196).

### ***Fokus Penelitian***

Dalam penelitian ini penulis memberikan batasan penelitian dengan memfokuskan pada “Bagaimana Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kaltim dalam Sosialisasi Pemilu untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pilpres 2014”, berupa ;

1. Peran Komisi Pemilihan Umum Provinsi Kalimantan Timur dalam program sosialisasi interaksional / timbal balik,
2. Peran Komisi Pemilihan Umum Provinsi Kalimantan timur dalam program sosialisasi directional / satu arah

### ***Sumber data***

- a. Data Primer, diperoleh melalui narasumber dengan cara melakukan wawancara secara langsung dan dipandu melalui pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti.
- b. Data Sekunder, untuk mengumpulkan data sekunder, penulis memperoleh dari artikel-artikel, sumber tertulis dan terutama sumber *online* sebagai data pendukung.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik atau cara-cara sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*library research*)
2. Dokumentasi

### ***Analisis Data***

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman :

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah data pertama atau mentah dikumpulkan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan riset lapangan dan riset kepustakaan mengenai sosialisasi politik KPU Kaltim.

## 2. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara yang sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi.

## 3. Penyajian Data

Langkah berikutnya setelah proses reduksi data berlangsung adalah penyajian data yang dimaknai sebagai penyusunan sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Dengan mencermati penyajian data ini, maka akan dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

## 4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Menarik kesimpulan adalah data yang telah diproses dan telah disusun kemudian diambil kesimpulan atau makna dari data yang telah disederhanakan untuk disajikan dan sekaligus untuk memprediksi melalui pengamatan dari data yang ada. Dalam proses penarikan kesimpulan ini, peneliti berpegang pada data yang telah direduksi atau yang telah disajikan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Gambaran Objek Penelitian***

Provinsi Kalimantan Timur termasuk dalam 3 besar provinsi terluas di Indonesia, dimana memiliki luas wilayah sebesar 6,66 persen dari total luas wilayah Indonesia, yakni mencapai 12.726.752 Ha yang terdiri dari daratan seluas 12.533.681 Ha dan perairan darat seluas 193.071 Ha. Secara geografis, posisi Provinsi Kalimantan Timur terletak antara 4° 24' Lintang Utara (LU) dan 2° 25' Lintang Selatan (LS), 113° 44' Bujur Timur (BT) dan 119° 00 Bujur Timur (BT).

Saat ini, Komisi Pemilihan Umum telah terbentuk di Propinsi Kalimantan Timur, dimana Kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Propinsi Kalimantan Timur terletak tepatnya di Jalan Basuki Rahmat No. 02 di Kota Samarinda Ibukota Propinsi Kalimantan Timur. Adapun Komisioner dari Komisi Pemilihan Umum di Propinsi Kalimantan Timur saat ini terdiri dari 5 (lima) orang anggota Komisioner, yang terdiri dari ; (1) Mohammad Taufik, S.Sos, M.Si yang menjabat sebagai Ketua, (2) Rudiansyah, SE, (3) Mohammad Syamsul Hadi, S.Ag, (4) Dra.Hj. Ida Farida Ernada, M.Ed, dan (5) Viko Januardhy, S.Sos, MA.

## **PEMBAHASAN**

### ***Peran KPU dalam bentuk Sosialisasi Interaksional (Timbal Balik)***

Komisi Pemilihan Umum berperan dalam setiap kegiatan yang berhubungan dengan pemilu. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kalimantan Timur sebagai KPU pusat di Kalimantan Timur mempunyai peranan yang sangat signifikan terhadap berjalannya program-program pra dan pasca pemilu di Kalimantan Timur. Salah satunya adalah seperti apa yang telah dilaksanakan

dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2014. Sebagai lembaga KPU tertinggi di provinsi Kalimantan Timur, KPU Kaltim memang tidak serta merta selalu turun langsung sebagai pelaksana sosialisasi pemilu pada semua daerah yang ada di Kalimantan Timur, namun peran KPU dalam Pilpres 2014 adalah lebih kepada sebagai koordinator terhadap KPU tingkat Kabupaten/Kota dalam melaksanakan program sosialisasi sebagai sebuah program pengenalan dan pemberitahuan kepada masyarakat akan pentingnya menggunakan hak pilih, mengenal demokrasi secara umum agar terbentuk kesadaran politik masyarakat yang pada akhirnya diharapkan akan meningkatkan partisipasi politik masyarakat.

Pada beberapa kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan langsung oleh KPU Kaltim yang diantaranya adalah sosialisasi pada kalangan SMU / sederajat sebagai pengenalan kepada pemilih pemula akan pentingnya ikut terlibat dalam pemilu, atau dengan mengunjungi beberapa elemen masyarakat yang memang membutuhkan penyuluhan akan kesadaran berpolitik dan berdemokrasi atau terhadap masyarakat yang memang belum paham mengenai politik. Oleh karena Komisi Pemilihan Umum (KPU) Propinsi Kalimantan Timur sebenarnya lebih banyak berfungsi sebagai koordinator, sehingga tidak terlalu banyak kegiatan dan aktivitas yang dilakukan berbentuk program kegiatan kepada masyarakat,

Bentuk sosialisasi yang menggunakan teori komunikasi interaksionalisme simbolik dipandang sedikit lebih dinamis daripada komunikasi satu arah, sosialisasi dengan model ini dapat lebih mengeksplorasi permasalahan, dimana isi pesan (*content*) dapat dikemas secara lentur dan persuasif berdasarkan konteks media komunikasi yang digunakan, selain itu proses umpan balik antara *encoder* dan *decoder* dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan benar-benar sesuai dengan tujuan pengirim pesan. Walaupun demikian, teori komunikasi interaksional cenderung melibatkan peserta secara terbatas, sehingga jangkauan penerima pesan hanya terdiri dari kelompok tertentu saja. Hal tersebutlah yang telah dilakukan oleh KPU Kalimantan Timur, dimana yang telah dinyatakan oleh ketua KPU Kaltim bahwa KPU Kalimantan timur sudah menjalankan Tugas dan Wewenang Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Kegiatan sosialisasi interaksional tidak hanya dalam bentuk pertemuan dalam ruangan (bertatap muka langsung), tetapi juga melalui media komunikasi dialogis atau tanya jawab yang dilakukan melalui interaksi media televisi dan radio yang disiarkan secara langsung (*live*) dalam Program Dialog Politik. Selain itu format kegiatan KPU juga menggunakan beberapa model kegiatan dan media, seperti kegiatan jalan santai

Dalam sosialisasi interaksional, KPU bertindak sebagai pihak pengirim pesan atau enkoder, dimana bertujuan untuk mengubah pengetahuan, sikap atau perilaku dari penerima pesan (dekoder), yang dalam hal ini adalah masyarakat secara luas, bisa diwakili oleh kelompok-kelompok tertentu, dimana selanjutnya terjadi interaksi komunikasi antara kedua pihak tersebut.

Bentuk sosialisasi interaksional dipandang sedikit lebih dinamis daripada komunikasi satu arah, sosialisasi dengan model ini dapat lebih mengeksplorasi

permasalahan, dimana isi pesan (*content*) dapat dikemas secara lentur dan persuasif berdasarkan konteks media komunikasi yang digunakan, selain itu proses umpan balik antara *encoder* dan *decoder* dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan benar-benar sesuai dengan tujuan pengirim pesan. Walaupun demikian, model komunikasi interaksional cenderung melibatkan peserta secara terbatas, sehingga jangkauan penerima pesan hanya terdiri dari kelompok tertentu saja

### ***Peran KPU dalam bentuk Sosialisasi Directional (Searah)***

Dalam Pemilu presiden 2014 yang lalu, KPU Kaltim telah menggunakan media komunikasi satu arah (*directional*), diantaranya melalui pamflet/ poster, brosur, spanduk, maupun melalui media informasi publik seperti iklan layanan masyarakat yang disiarkan melalui media televisi, radio serta media cetak. Disamping itu, perkembangan teknologi informasi juga menciptakan alternatif media komunikasi seperti media sosial, menjadi sebuah media yang menarik untuk digunakan untuk memberikan sosialisasi pemilu, diantaranya yakni melalui halaman website, akun facebook, twitter ataupun blogger.

Komunikasi satu arah (*directional*) tampaknya dapat jauh lebih efisien dan efektif dalam menyebarkan pesan *encoder* kepada *decoder*, dimana dalam konteks ini pihak *encoder* atau pengirim pesan direpresentasikan oleh KPU Kaltim, yang selanjutnya mengemas pesan (*content*) dalam bahasa yang telah ditentukan secara baku, melalui media tertentu hingga dapat diterima oleh *decoder* yang dalam hal ini adalah masyarakat secara luas. Komunikasi satu arah (*directional*) tidak terdapat umpan balik, sehingga isi pesan bersifat baku dan tidak lentur, dimana harus dikemas secara baik sehingga dapat merepresentasikan tujuan dari pemberi pesan, dalam penyampaiannya haruslah menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta dapat menarik perhatian pihak *decoder* untuk menyimak isi pesan secara lebih mendalam, sehingga tujuan dari pihak penyampai pesan dapat diterima (dimaknai) sebagaimana adanya. Dalam komunikasi ini, pihak penerima pesan (*decoder*) umumnya terfragmentasi atau tersegmentasi berdasarkan jenis media komunikasi yang digunakan, serta tergantung dari selera pihak penerima pesan (*decoder*) dalam mengakses saluran mana yang diinginkan dan disukai, atau saluran yang biasa digunakannya dalam menerima sumber informasi, seperti pemirsa televisi, pendengar radio atau pembaca surat kabar.

Sesuai dengan teori lasswell yakni lasswell memandang; komunikasi tidak selamanya bersifat dua arah, komunikasi satu arah juga sangat penting dalam proses penyampaian pesan. Jika merujuk pada literatur, dijelaskan bahwa komunikasi sebagai tindakan satu arah (*directional*) merupakan komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap muka) ataupun melalui media, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi, dimana komunikasi dianggap sebagai suatu proses linier yang dimulai

dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya.

Dengan demikian KPU Kaltim juga melaksanakan sosialisasi searah/ linear yangmana dilakukan dengan bekerjasama oleh beberapa pihak – pihak yang juga ikut serta dalam sosialisasi politik yang di selenggarakan oleh KPU dalam rangka Pemilu Pilpres 2014. Konsep ini mengisyaratkan komunikasi sebagai semua kegiatan yang sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respons orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap tindakan yang disengaja untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuknya untuk melakukan sesuatu. Dalam Pemilu presiden 2014 yang lalu, KPU Kaltim telah menggunakan media komunikasi satu arah (*directional*), diantaranya melalui pamflet/ poster, brosur, spanduk, maupun melalui media informasi publik seperti iklan layanan masyarakat yang disiarkan melalui media televisi, radio serta media cetak. Disamping itu, perkembangan teknologi informasi juga menciptakan alternatif media komunikasi seperti media sosial, menjadi sebuah media yang menarik untuk digunakan untuk memberikan sosialisasi pemilu, diantaranya yakni melalui halaman website, akun facebook, twitter ataupun blogger.

Komunikasi satu arah (*directional*) tampaknya dapat jauh lebih efisien dan efektif dalam menyebarkan pesan *encoder* kepada *decoder*, dimana dalam konteks ini pihak *encoder* atau pengirim pesan direpresentasikan oleh KPU Kaltim, yang selanjutnya mengemas pesan (*content*) dalam bahasa yang telah ditentukan secara baku, melalui media tertentu hingga dapat diterima oleh *decoder* yang dalam hal ini adalah masyarakat secara luas. Komunikasi satu arah (*directional*) tidak terdapat umpan balik, sehingga isi pesan bersifat baku dan tidak lentur, dimana harus dikemas secara baik sehingga dapat merepresentasikan tujuan dari pemberi pesan, dalam penyampaiannya haruslah menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta dapat menarik perhatian pihak *decoder* untuk menyimak isi pesan secara lebih mendalam, sehingga tujuan dari pihak penyampai pesan dapat diterima (dimaknai) sebagaimana adanya. Dalam komunikasi ini, pihak penerima pesan (*decoder*) umumnya terfragmentasi atau tersegmentasi berdasarkan jenis media komunikasi yang digunakan, serta tergantung dari selera pihak penerima pesan (*decoder*) dalam mengakses saluran mana yang diinginkan dan disukai, atau saluran yang biasa digunakannya dalam menerima sumber informasi, seperti pemirsa televisi, pendengar radio atau pembaca surat kabar.

Menganalisis dari isi pesan politik yang disampaikan KPU Kaltim kepada masyarakat, bahwa isi pesan yang ingin disampaikan (*content*) intinya adalah mengajak, membujuk, dan memberikan pendidikan politik masyarakat yang memiliki hak pilih agar terlibat dalam kegiatan pemilihan presiden 2014 dengan memberikan suaranya, pada hari pemilihan melalui kotak suara yang disediakan.

Bila ditinjau dari tingkat efektifitas media sosialisasi terhadap partisipasi masyarakat sangat tergantung dari segmentasinya di dalam masyarakat, serta

tingkat jangkauan dari media yang bersangkutan. Sedangkan pengaruh dari kegiatan sosialisasi terhadap tingkat partisipasi pemilih, agak sulit untuk diukur karena perlu indikator khusus yang diterapkan, namun demikian dampak dari kegiatan sosialisasi tentunya memiliki dampak secara tidak langsung kepada masyarakat dalam proses pemilu.

## **PENUTUP**

### ***Kesimpulan***

Berdasarkan analisis data yang dilakukan penulis tentang Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kaltim dalam Sosialisasi Pemilu untuk meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilu Presiden 2014 yang dihubungkan dengan tujuan penelitian, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Kegiatan sosialisasi dalam bentuk komunikasi interaksional dilakukan dalam banyak program dan melibatkan beberapa elemen masyarakat dengan menggandeng beberapa pihak, seperti Kesbangpolinmas dan perguruan tinggi, sekolah maupun organisasi kemasyarakatan yang bertujuan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang proses pemilu dan juga kepada pemilih pemula serta kelompok gender dan disabilitas. Kegiatan sosialisasi interaksional tidak hanya dalam bentuk pertemuan dalam ruangan (bertatap muka langsung), tetapi juga melalui media komunikasi dialogis atau tanya jawab yang dilakukan melalui interaksi media televisi dan radio yang disiarkan secara langsung (*live*) dalam Program Dialog Politik. Selain itu format kegiatan KPU juga menggunakan beberapa model kegiatan dan media, seperti kegiatan jalan santai. Dalam sosialisasi interaksional, KPU bertindak sebagai pihak pengirim pesan atau enkoder, dimana bertujuan untuk mengubah pengetahuan, sikap atau perilaku dari penerima pesan (dekoder), yang dalam hal ini adalah masyarakat secara luas, bisa diwakili oleh kelompok-kelompok tertentu, dimana selanjutnya terjadi interaksi komunikasi antara kedua pihak tersebut.

Bahwa dalam kegiatan sosialisasi komunikasi satu arah (*directional*), menggunakan media diantaranya melalui pamflet/ poster, brosur, spanduk, maupun melalui media informasi publik seperti iklan layanan masyarakat yang disiarkan melalui media televisi, radio serta media cetak. Disamping itu, perkembangan teknologi informasi juga menciptakan alternatif media komunikasi seperti media sosial, menjadi sebuah media yang menarik untuk digunakan untuk memberikan sosialisasi pemilu, diantaranya yakni melalui halaman website, akun facebook, twitter ataupun blogger. Isi pesan yang ingin disampaikan (*content*) intinya adalah mengajak, masyarakat yang punya hak pilih agar terlibat dalam kegiatan pilpres dengan memberikan suaranya, pada hari pemilihan melalui kotak suara yang disediakan

### ***Saran***

1. Memperhatikan hasil penelitian terkait Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kaltim dalam Sosialisasi Pemilu untuk meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilu Presiden 2014, maka penulis mengajukan

saran sebagai berikut: Bahwa dalam meningkatkan peran sosialisasi KPU kepada masyarakat, perlu ditingkatkan dan diperluas kerjasama dengan kelompok masyarakat dan komunitas masyarakat serta lembaga kemasyarakatan hingga tingkat RT/ RW sebagai simpul-simpul dalam masyarakat, sehingga jangkauan komunikasi dapat terbangun lebih efektif.

2. Sosialisasi directional seharusnya lebih mengarah kepada semua kalangan masyarakat jadi semua kalangan masyarakat paham tentang pendidikan politik yang disampaikan oleh KPU Provinsi Kalimantan Timur.
3. Sebaiknya dalam proses sosialisasi komunikasi searah menggunakan isi pesan (*content*) yang dikemas secara menarik dengan visualisasi, bahasa dan simbol yang mudah untuk dipahami dan penyebaran selebaranya tepat kepada segmentasi masyarakat semua kalangan.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku-Buku

- Cutlip, Scot M. et al, 2006, *Effective Public Relations (Edisi Kesembilan)*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Hardjana, Agus M, 2007, *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*, Yogyakarta, Kanisius.
- Idrus, Muhammad, 2009, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Erlangga, Jakarta.
- Iskandar.2013. *Metodelogi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Jakarta: Referensi
- Kriyantono, Rachmat, 2010, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Littlejohn, Stephen W, 2009 . *Teori Komunikasi Theories of Human Communication edisi 9*. Jakarta. Salemba Humanika
- Mardalis, 2004, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Mardalis, 2007, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman, 2009, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*, UI Press, Jakarta
- Santoso, Edi, Mite Setiansah, 2010, *Teori Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2002, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Suparmoko, 1999, *Metode Penelitian Praktis (Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Ekonomi dan Bisnis)*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Rush, Michael, Phillip Althonff 2008, *Pengantar Sosiologi Politik*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Effendy, Uchjana, Onong, 2005, *Pengantar Komunikasi Teori Dan Aplikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

## **B. Internet**

Sosialisasi politik

<http://www.pengertianahli.com/2013/12/pengertian-sosialisasi-politik.html#>

di akses pada tanggal 21/11/2015

Macam-Macam Budaya Politik

<https://5fha.wordpress.com/2009/09/25/macam-macam-budaya-politik/>

di akses pada tanggal 21/11/2015

Peraturan Kpu Kaltim

<http://kpu-kaltimprov.go.id/peraturan>

diakses pada tanggal 21/11/2015

Stuktur Sekretariat KPU Kaltim

<http://kpu-kaltimprov.go.id/konten/view/28/sekretariat.html>

diakses pada tanggal 21/11/2015