

STRATEGI KOMUNIKASI KPU SUKOHARJO DALAM MENGURANGI GOLPUT PEMILU CAPRES CAWAPRES 2024 PADA KALANGAN GEN Z

Khalish Ariq Muhtaram, Dr. Herning Suryo Sarjono, M.Si, Haryo Kusumo Aji ,S.Ikom.,M.Ikom
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
Khalishariq77@gmail.com

ABSTRAK

Menurut Data KPU menyebutkan tingkat golput pemilu 2014 di Indonesia masih tergolong tinggi, yaitu 49.212.161 (29,1%) dari 176.411.434 pemilih tetap. Rendahnya partisipasi politik masyarakat Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya ialah minimnya edukasi pemilu dan juga tingginya angka golput. Berdasarkan data KPU SUKOHARJO menyatakan bahwa partisipasi masyarakat akan pemilu meningkat hingga 80 % dan angka golput sudah menurun sampai di angka 4%, sementara peningkatan tersebut tidak dibarengi dengan penurunan golput dikalangan gen Z Di Kabupaten Sukoharjo yang justru mengalami peningkatan golput sebesar 2,21 % dari tahun 2014 ke 2019 pada kontestasi Pilpres. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi yang di bentuk oleh KPU Sukoharjo dalam rangka mengurangi angka golput pemilu Capres Cawapres 2024 pada kalangan generasi Z. Dalam proses pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data melalui wawancara terhadap informan. Informan yang dipilih sebanyak 3 orang yang merupakan perwakilan dari staf KPU Kabupaten Sukoharjo. Data dianalisa dan ditarik kesimpulan secara kualitatif tanpa angka. Validitas data di buktikan dengan interaktif langsung terhadap sumber data (triangulasi sumber). Hasil kesimpulan menunjukkan bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaten Sukoharjo dalam rangka mengurangi angka golput pemilu Capres Cawapres 2024 pada kalangan generasi Gen Z yaitu dilakukan dengan 3 langkah strategi. Yaitu sosialisasi pentingnya pemilu, memaksimalkan penggunaan media sosial yang dimiliki dan mengkaryakan kampanye *online* (pamflet online dan *video* edukasi politik). Dimana dari ke-tiga langkah strategis KPU Sukoharjo ini keseluruhannya yang memenuhi terjadinya strategi komunikasi yang baik sebagaimana dikutip menurut Teori komunikasi Harold Lasswell (1948). dimana strategi komunikasi KPU memenuhi ke -5 unsur berupa *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* .

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, KPU Sukoharjo, PEMILU, Golput dan GEN Z

ABSTRACTS

According to KPU data, the abstention rate in the 2014 elections in Indonesia is still relatively high, namely 49,212,161 (29.1%) out of 176,411,434 permanent voters. The low political participation of the Indonesian people is caused by several factors. One of them is the lack of election education and also the high abstention rate. The data from the SUKOHARJO KPU states that community participation in elections has increased to 80% and the abstention rate has decreased to 4%, while this increase is not accompanied by a decrease in abstention among Gen Z. In Sukoharjo Regency, which actually experienced an increase in abstention of 2.21% from 2014 to 2019 in the presidential election contestation. The research was conducted with the aim of the communication strategy formed by the Sukoharjo KPU in order to reduce the abstention rate of the 2024 presidential and vice presidential elections among the Z generation. In a process of implementing this research, data collection methods were carried out through interviews with informants. The informants selected were 6 people who were representatives of the Sukoharjo Regency KPU staff. Data is analyzed and conclusions are drawn qualitatively without numbers. Data validity is proven by direct interactive with data sources (Source Triangulation). The results of the conclusion show that the communication strategy carried out by the KPU (General Election Commission) of Sukoharjo Regency in order to reduce the abstention rate for the 2024 presidential and vice presidential elections among the Gen Z generation is carried out with 3 strategic steps. That is the socialization of the importance of elections, maximizing the use of social media owned and working on online campaigns (online pamphlets and political education videos). Where from the three strategic steps of the Sukoharjo KPU, all of which fulfill the occurrence of a good communication strategy as quoted according to Harold Lasswell's communication theory (1948). KPU's communication strategy fulfills the 5 elements of Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect.

Keywords: Communication Strategy, KPU Sukoharjo, Election, Abstention and GEN Z

1. PENDAHULUAN

Wujud adanya demokrasi di Indonesia adalah dengan adanya Pemilihan umum, yang merupakan salah satu bagian dari proses sekaligus hasil dari sebuah sistem demokrasi. Di Indonesia pemilu diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), dimana KPU memiliki tugas dan kewenangan sebagai penyelenggara atau penyaji pemilihan umum. Terdapat beberapa macam pemilu yang ada di Indonesia seperti Pemilihan Presiden (Pilpres), Pemilihan Legislatif (Pileg), Pemilihan Gubernur (Pilgub).

KPU dalam menjalankan tugasnya harus sesuai dengan kedudukannya, tidak menutup kemungkinan tugas dan wewenang yang akan dilaksanakan oleh KPU yang ada di daerah dan pusat. Pilpres dilaksanakan setiap 5 (lima) tahun sekali, agar masyarakat dapat memilih calon pemimpin yang sesuai dengan hati nurani mereka masing-masing sesuai dengan kemantapan masing-masing individu. Pemilihan Presiden dan wakil presiden secara langsung adalah wujud nyata dari pembentukan demokratisasi di negara demokratis. Sayangnya, sedikit

banyak dalam pelaksanaan pemilihan umum atau pemilihan presiden dan wakil presiden dan yang lainnya, pasti ditemukan adanya sebuah perilaku masyarakat yang apatis dan disebut Golongan putih.(Nugroho & Sukmariningsih, 2020).

Menurut Nur Antika Putri, (2017:2) Golput merupakan seorang yang sudah memiliki hak pilih, namun enggan menggunakan hak pilihnya dengan berbagai macam alasan tertentu seperti tidak mengetahui pasangan calon yang mengikuti pemilu, ketidakpercayaan masyarakat terhadap mentalitas pejabat pasca pemilu dan lain sebagainya. Berdasarkan update data KPU Sukoharjo 2023 memaparkan bahwa aksi atau tindakan golput di daerah pemilihan Kabupaten Sukoharjo untuk kategori gen Z dari tahun 2014 sampai pilpres 2019 mengalami peningkatan. Berikut data tersaji dalam tabel 1 dibawah ini

Tabel 1. Data golongan putih pilpres dari tahun 2014 – 2023 pemilih Gen Z

No	Tahun Pemilu	Porsentase Pemilik Suara Gen Z	
		Pemilih Aktif dan Sah	Total Suara Golput gen Z
1	Pilpres 2019	672.944 Jiwa	88.155 Jiwa
2	Pilpres 2014	674.244 Jiwa	95.068 Jiwa

Sumber : data KPU Sukoharjo, 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa Pilpres 2014 golput untuk kalangan Gen z sebesar 12,6 % meningkat menjadi 13,1 % di pilpres tahun 2019. Temuan data ini tentu tidak baik untuk pendidikan politik bagi kalangan gen Z dan diperlukan strategi khusus dari panitia penyelenggara untuk menanganai aksi golput tersebut. data dapat dilihat dari tabel 1 berikut. Sementara itu Stillman (2017) menjelaskan makna

generasi Z adalah generasi kerja terbaru, lahir antara tahun 1995 sampai 2012, disebut juga generasi net atau generasi internet. generasi Z ini berbeda dengan generasi Y atau milenial. Pada bukunya Stillman (2017) *How the Next Generation Is Transforming the Workplace* dijelaskan bahwa generasi Z menguasai teknologi dengan lebih maju, pikiran lebih terbuka dan tidak terlalu peduli dengan norma diaabnding generasi sebelumnya.

Noordiono (2016) menjelaskan generasi Z adalah generasi yang sedini mungkin telah mengenal teknologi dan internet, generasi yang haus akan teknologi. Teknologi yang baru merupakan air segar yang harus segera diteguk agar bisa merasakan manfaatnya. berikut klasifikasi sebutan generasi dari masa ke masanya. data dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2. Perbedaan dan nama setiap generasi berdasarkan tahun kelahiran

No	Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1	1946	Traditional Generation
2	1946 – 1960	Baby boom Generation
3	1960 – 1980	Y Generation
4	1980 – 1995	X Generation
5	1995 – 2010	Z Generation
6	2010 +	Alfa Generation

Sumber: Putra (2017)

Menurut Data KPU menyebutkan tingkat golput pemilu 2014 di Indonesia masih tergolong tinggi, yaitu 49.212.161 (29,1%) dari 176.411.434 pemilih tetap. Rendahnya partisipasi politik masyarakat Indonesia disebabkan banyak kasus yang membelit partai,

minimnya figur potensial yang dimiliki partai politik, dan turunnya citra partai. Faktor golput juga didukung dari minimnya media dan informasi yang tersebar ke para pemilihnya (Evelina, L. W., & Angeline, M, 2015: 97-105).

Bergeser ke tingkat provinsi, data di tingkat Jawa Tengah, Golput juga masih cukup tinggi. Utomo, A. W. (2019) menyatakan bahwa angka golput di Jawa Tengah masih di angka 20% dari suara sah, hal ini disebabkan karena luasnya area Jawa Tengah hingga beberapa titik pengambilan suara bagian pelosok sangat terbatas dan sulit di jangkau hingga menyumbang suara golput. Selain itu, sikap apatis dari pemilih utama juga turut meninggikan angka golput pilpres di tahun 2019 Jawa Tengah.

Sementara di Kabupaten Sukoharjo, KPU Sukoharjo senantiasa meng-*update* dan terus melakukan perbaikan demi perbaikan dalam menekan angka golput di wilayah Kabupaten Sukoharjo. Hal tersebut terbukti dengan adanya berita dari krjogja.com (<https://www.krjogja.com/berita-lokal/read/404492/partisipasi-pemilih-pemilu-2019-sukoharjo-capai-80-persen>) yang menyatakan bahwa partisipasi masyarakat akan pemilu meningkat hingga 80 % dan angka golput sudah menurun sampai di angka 4%. Di sisi lain peningkatan tersebut tidak dibarengi dengan penurunan golput di kalangan gen z. Di kalangan Gen Z Kabupaten Sukoharjo justru mengalami peningkatan golput sebesar 2,21 % dari tahun 2014 ke 2019 pada kontestasi Pilpres.

Melalui data yang dipaparkan, peneliti melihat banyaknya jumlah pemilih pemula dari golongan generasi Z yang berpotensi melakukan golput (golongan putih) pada pilpres tahun 2024 mendatang, hal tersebut yang menjadi faktor pendorong peneliti untuk

mengetahui strategi komunikasi KPU dalam menekan angka golput bagi generasi Z yang notabene pemilih pertama dan melek digital dalam pesta pemilu yang diadakan oleh KPU. Berangkat dari kajian diatas, maka peneliti mengusulkan penelitian dengan judul “Strategi komunikasi KPU Dalam Menekan Golput Pemilu Capres Cawapres 2024 pada kalangan Generasi Z. Dimana bertujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi yang di bentuk oleh KPU Sukoharjo dalam rangka mengurangi angka golput pemilu Capres Cawapres 2024 pada kalangan generasi Z.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pendekatan studi kasus. Kasus yang dipilih peneliti yakni kasus golput kalangan gen Z di pilpres 2024 di wilayah Kabupaten Sukoharjo. Pengumpulan datanya dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Objek penelitian yakni di kantor Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sukoharjo yang beralamat di jalan Diponegoro No.41 B, Sawah, Joho, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Tehnik wawancara dengan menggunakan *tehnik purposive sampling* Dalam penelitian ini ada 3 informan yang terdiri dari perwakilan masing-masing divisi di bagian KPU Sukoharjo. Tehnik pengumpulan data dengan menggunakan hasil wawancara, dokumentasi dan penggabungan dari wawancara, dan dokumentasi (triangulasi). Analisa dilakukan dengan menarik kesimpulan secara runtut reduksi data, komparasi data dan penarikan kesimpulan. Validitas data menggunakan triangulasi sumber.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Sejarah KPU Kabupaten Sukoharjo

Dalam sejarah pelaksanaan

pemilu di Indonesia, History mencatat waktu berdirinya Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada 17 Desember 1969. Pelaksanaan Pemilu yang pertama kali di wilayah kabupaten sukoharjo sejak tahun 2014 . Kantor Komisi Pemilihan Umum Kabupaetn Sukoharjo bealamat d Jl. Diponegoro No.41 B, Sawah, Joho, Kec. Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 5716. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sukoharjo memiliki Kontak (0271) 592619 dan surel di kab_sukoharjo@kpu.go.id. Kemudian Media Sosialnya ada twitter, youtube dan facebook juga instgaram.

Gambar 2. Tampilan website resmi KPU Kabupaten Sukoharjo



Sumber : Website resmi KPU Sukoharjo 2024

b. Kegiatan atau program.

Secara umum terdapat program kegiatan yang dilakukan KPU Kabupaten Sukoharjo untuk menurunkan angka Golput pada kalangan Gen Z di Pilpres 2024, yaitu:

1. Rumah Demokrasi

Rumah Demokrasi di KPU Kabupaten Sukoharjo ini

ditujukan sebagai media memberikan pemahaman dan pendidikan politik serta nilai-nilai tentang pemilu yang bermanfaat bagi masyarakat, kemudian sebagai sarana demokrasi dalam meningkatkan partisipasi pemilih serta ajang dan sarana edukasi masyarakat dalam memahami pentingnya pemilu. . Rumah Demokrasi ini memiliki fasilitas pendukung pendidikan pemilih dan pelayanan informasi serta dokumentasi mulai dari sejarah pemilu, penyelenggara pemilu, informasi hasil-hasil pemilu dari tahun ke tahun mulai tahun 1955 s/d 2015 di Kabupaten Sukoharjo serta berbagai informasi perolehan hasil, partisipasi, jumlah pemilih, TPS. Ada pula perpustakaan mini, maket TPS, ruang simulasi/diskusi serta ruang audio visual yang menyatu dalam Rumah Demokrasi KPU Kabupaten Sukoharjo. Rumah Demokrasi KPU Kab. Sukoharjo dibangun tahun 2016 dan merupakan tempat pembelajaran pemilu memiliki beberapa ruangan yaitu :

- a) Ruang Display Hasil Pemilu berupa grafik dari tahun 1955-2015

Gambar 3. Galery peserta dan hasil pemilu sejak 1955-2015.



Sumber : Website resmi KPU Sukoharjo 2024

- b) Hasil partisipasi, Partai peserta pemilu, Ketua dan Anggota DPRD, Calon dan Kepala Daerah Terpilih dan perpustakaan berisi buku-buku laporan pemilu dan buku yang terkait dengan pemilu.
- c) Bahan sosialisasi dari KPU RI, KPU Provinsi Jateng KPU Kabupaten Sukoharjo dan peserta pemilu.

Gambar 4. Perpustakaan pemilu dan arsip kepemiluan KPU



Sumber : Website resmi KPU Sukoharjo 2024

- d) Maskot pemilu dan bendera peserta pemilu Logistik Pemilu seperti surat suara, alas coblos,

stiker, hasil dokumentasi pemilu dan lain-lain.

- e) Ruang Simulasi dan diskusi yaitu ruangan yang menampilkan sistem pemungutan suara di TPS melalui maket atau diorama dan tempat untuk melakukan diskusi terkait kepemiluan.
- f) Ruang audio visual, merupakan tempat untuk menyajikan pemutaran video tentang pemilu dari tahun 1955-2015 baik nasional maupun lokal Jawa Tengah dan Sukoharjo.

Tujuan dari didirikannya rumah demokrasi yakni sebagai tempat edukasi bagi masyarakat tentang pentingnya pemilu dan demokrasi, Sarana pendidikan dan pengenalan nilai-nilai dasar pemilu dan demokrasi, Tempat informasi kepemiluan dan kajian tentang demokrasi dan sebagai sarana demokrasi dalam peningkatan partisipasi pemilih dengan mengedepankan budaya lokal.

Berikut beberapa kegiatan yang berkaitan dengan edukasi politik bagi pemilih pemula, diantaranya berupa :

- a) Jagongan Demokrasi - Pemilu 2024 dan Upaya Mendorong Partisipasi Pemilih Pemula.

Gambar 5. Kegiatan Jagongan Demokrasi



Sumber : Chanel Yuotube KPU Sukoharjo

Kegiatan ini melibatkan para pelajar yang masuk kategori pemilih emula dimana mendatangkan narasumber dari satfsus edukasi dari Kpu Kabupaten Sukoharjo dengan kolaborasi bersama guru sekolah tersebut. Tujuan utamanya tentu megajak anak didiknya untuk mulai melek dan teredukasi turut serta mengikuti pemilihan umum di hari pencoblosan di TPS dan jangan sampai golput. Berikut beberpa kegiatan jagongan demokrasi.

b) Belajar Demokrasi di Sekolah Lewat Osis dan Ambalan

Salah satu edukasi yang ditamankan pada kegiatan ini yakni meskipun sebagian besar siswa belum mempunyai pengalaman dalam menggunakan hak pilihnya memilih legislative maupun eksekutif tetapi ada optimisme bisa menggunakan hak pilihnya secara baik berdasarkan pengalaman di sekolah. Pontjo menambahkan agar siswa calon pemilih pemula memilih

pemimpin yang amanah dan hindari *money politik*. Jagongan Demokrasi disiarkan YouTube , Facebook KPU Sukoharjo juga Radio TOP FM bertempat di SMK 1 Sukoharjo.

Gambar 6.

Belajar demokrasi bekerja sama dengan sekolah SMK N 1 Sukoharjo



Sumber : Chanel Yuotube KPU Sukoharjo

PEMBAHASAN

Adapun hasil penelitian pada strategi komunikasi yang di bentuk oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaetn Sukoharjo dalam rangka mengurangi angka golput pemilu Capres Cawapres 2024 pada kalangan generasi Gen Z dilakukan dengan 3 langkah strategi utama, Sosialisasi pentingnya pemilu, Memaksimalkan penggunaan media sosial yang dimiliki dan kampanye *online* (pamflet online dan *video* edukasi politik. Dimana dari ke-tiga langkah strategis KPU Sukoharjo ini keseluruhannya yang memenuhi terjadinya strategi komunikasi yang baik sebagaimana dikutip menurut Teori komunikasi Harold Lasswell (1948). dimana strategi komunikasi KPU memenuhi ke -5 unsur berupa *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*. Berikut penjelasannya :

a. *Who*

Who dapat diartikan sebagai sumber, *speaker* atau komunikator yaitu, pelaku utama atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi maupun suatu negara sebagai komunikator. Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.

Dalam hal ini yang menjadi pelaku adalah KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaten Sukoharjo. Dalam menjalankan tugasnya KPU Sukoharjo melakukan pelbagai pendekatan ke masyarakat terutama gen Z melalui serangkaian kegiatan masal yang bersentuhan langsung dengan Gen Z Wilayah Kabupaten Sukoharjo. Seperti contoh jagongan demokrasi dan seminar politik.

1. Sosialisasi Politik Anti Golput Melalui Jagongan Demokrasi

Keterkaitannya siapakah *speaker*nya dalam menyampaikan materi ini sangat mempengaruhi antusiasme gen Z dan juga mampu merubah pandangan gen Z yang apatis menjadi *open minded*. Diakuinya dari KPU Sukoharjo bahwa *speaker* Ketua DPRD Kab Sukoharjo Wawan Pribadi, S.Sos. Komunikator ini cukup menjadi memarik antusias dari kalangan gen Z Sukoharjo sehingga apapun yang disampaikan akan bisa diterima baik oleh pendengarnya terutamanya bagi kalngan gen Z dari Kabupaten Sukoharjo untuk tidak golput

Diantara dari sekian banyak kegiatan yang melibatkan anak SMA salah satunya yaitu kegiatan JAGONGAN DEMOKRASI

dengan tema mengapa anak muda perlu memilih di OSIS SMA 3 SUKOHARJO edisi ke #45 dengan pembicara yang handal dan familiar di kalangan gen Z. berikut tayangan secara *live* di postingan *youtube live* akun KPU Sukoharjo untuk kegiatan JAGONGAN DEMOKRASI :

Gambar 7.
Live Youtube sosialisasi pentingnya pemilu melalui Jagongan Demokrasi



Sumber : konten video dari youtube akun KPU SUKOHARJO

Diketahui bahwa Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sukoharjo dalam menjaga fokus dan tujuan utamanya yakni menjadi penyelenggara pemilu dengan sukses. Salah satu indikator kesuksesan atau keberhasilannya yaitu dengan menyelenggarakan pemilu sedara damai, antusias dan juga menghasilkan pemimpin yang diinginkan rakyat. Salah satu yang disoroti dalam hal ini yakni antusiasme dari gen Z. Dalam menggait surat gen Z yang besar di wilayah kabupaten sukoharjo sebanyak 139.442 atau sebanyak

20,55% dari DPT KPU menyiasati dengan mengajak gen Z melalui sekolah – sekolah SMA sederajat.

Kegiatan seminar politik yang dikemas dengan bentuk jagongan demokrasi secara online ini dapat dibilang berhasil pasalnya unsur dari pesan tersampaikan . Data menunjukkan bahwa setelah dilakukan strategi komunikasi KPU Sukoharjo kepada gen Z berupa sosialisasi pentingnya pemilu seperti jagongan demokrasi ini menunjukkan hasil yang positif. Sajian data menunjukkan bahwa hasil golput pada kalangan gen Z Di Pilpres 2024 berhasil diturunkan .Yakni 13,1 % angka golput gen Z Pada pilpres 2019 menjadi 8. 03 % pada pilpres 2024 Artinya ada penurunan mencapai 5, 07 %. Hal tersebut menandakan bahwa startegi KPU dalam memerikan edukasi anti golput ke gen Z berhasil .

b. Says What

Says menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi. Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan),dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan seperangkat symbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan,nilai,gagasan/maksud sumber tadi. Ada 3 komponen pesan yaitu makna, symbol untuk menyampaikan makna, dan bentuk/organisasi pesan.

Pesan paling utama yang disampaikan oleh KPU Sukoharjo sebagai penyelenggaran pilpres di tingkat Kabupten Sukoharjo yaitu memberikan pendidikan politik bagi warga negara indonesia. Dalam hal ini

lebih khusus pada gen Z yang merupakan mayoritas pemilih pemula. Pesan yang ingin disampaikan kepada gen Z adalah ayo gunakan kesempatan partisipasi politik dan jangan golput. Bahwa golput bukan tradisi kita, Bahwa golput bukan ciri khas pemuda cerdas dan bahwa golput untuk penakut saja.

Pesan –pesan utama inilah yang dijadokan materi edukasi politik KPU SUKOHARJO Ke gen Z baik melalui media *online* maupun *offline*. Beberapa bentuk kegiatan dalam menyampaikan pesan anti golput oleh KPU SUKOHARJO yaitu melalui kegiatan dibawah ini :

1. Kampanye *online*

Cara lain yang digunakan oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaten Sukoharjo dalam rangka mengurangi angka golput pemilu Capres Cawapres 2024 pada kalangan generasi Gen Z yaitu dengan kampanye *online* di sosmednya akun instagram akun @kpusukoharjo.

Berikut dibawah ini merupakan ilustrasi kegiatan kampanye *online* yang dilakukan oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaten Sukoharjo dalam rangka mengurangi angka golput pemilu Capres Cawapres 2024 pada kalangan generasi Gen Z.

Gambar 8.

Iklan layanan berupa ajakan kampanye dan menggunakan hak pilih jangan golput ke Gen Z



Sumber : konten video dari youtube akun KPU Sukoharjo

2. Video edukasi Politik

Menurut ahli Richard E. Mayer (2018) dalam Teori Pemrosesan Multimedia (*Multimedia Learning Theory*) menjelaskan bahwa Video edukasi politik adalah alat yang efektif untuk menyampaikan informasi dan meningkatkan pemahaman tentang isu-isu politik di kalangan masyarakat. Video edukasi politik memiliki beberapa keunggulan dan karakteristik khusus yang membuatnya efektif. Palsanya Video edukasi politik bisa lebih menekankan pentingnya penggunaan kombinasi kata-kata dan gambar dalam pendidikan. Video edukasi politik yang menggabungkan narasi verbal dengan visualisasi dapat membantu pemahaman yang lebih baik dan retensi informasi yang lebih lama.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan menjelaskan bahwa strategi yang digunakan oleh KPU Sukoharjo dalam mensosialisasikan pemilu dan juga anti golput ke generasi Z yakni dengan melaunching video edukasi

pemilu serentak 2024 yang melibatkan aktornya adalah gen Z seperti gambar dibawah ini.

Gambar 9. Video Gen Z ajakan menggunakan hak pilih jangan Golput





Sumber : Postingan Video edukasi dari Instagram akun @KPU Sukoharjo

c. *In Which Channel*

Saluran/media adalah suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik).

Dalam mengsosialisasikan anti golput dan tahun pemilu, KPU dalam mengsoundingkan informasi penting ini tidak hanya melalui informasi konvensional, namun juga sudah merambat ke penggunaan media sosial dan medias resi dari KPU SUKOHARJO. Salah satunya yaitu penggunaan media sosial KPU Sukoharjo.

Pemilihan penggunaan media sebagai sarana edukasi politik oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Sukoharjo dalam rangka

mensosialisasikan pemilu dan kampanye anti-golput adalah langkah strategis yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi pemilih. Dalam konteks ini, KPU Sukoharjo dapat memanfaatkan berbagai jenis media untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan stafsus dari KPU Sukoharjo menjelaskan bahwa dalam memberika edukasi politik ke gen Z dan ajakan anti golput dilakukan dengan cara kampanye onlie dan edukasi politik milenial. adapun media yang digunakan yaitu *Instagram*, dan *Youtube*.. Sementara bentuk kegitannya bisa berupa video edukasi, *live streaming*, *kampanye hashtag*, konten interaktif (*polling*, *quiz*). Startegi ini menggunakan konten yang menarik secara visual dan mudah dibagikan. Mengadakan sesi tanya jawab live dengan para komisioner KPU untuk menjawab pertanyaan pemilih.

Selain penggunaan media saran edukasi politik secara *online* , KPU Sukoharjo juga menggunakan Media Cetak sebagai media Publikasi seperti MMT, brosur, *pamflet*. kegiatan penyebaran MMT dan pamflet ajakan ditujukan untuk menyebarkan dan Distribusi brosur dan pamflet di tempat-tempat umum yang pokok intinya memberikan sosialisasi ajakan datang ke TPS dan juga anti golput.

d. *To Whom*

Sasaran utama dalam gerakan anti golput ini adalah semua daftar pemilih tetap dari database KPU pusat, khususnya gen Z. Pasalnya Secara umum informasi tentang pemilu serentak 2024 ini merupakan

pemberitahuan secara publish.

e. *With what Effect*

Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan. Salah satu dampak yang sangat diidam-idamkan adalah minimnya angka golput dari gen Z. Diketahui bahwa strategi komunikasi yang diterapkan untuk menjaga kalitas pelayanan memiliki beberapa dampak positif dan dampak negatif.

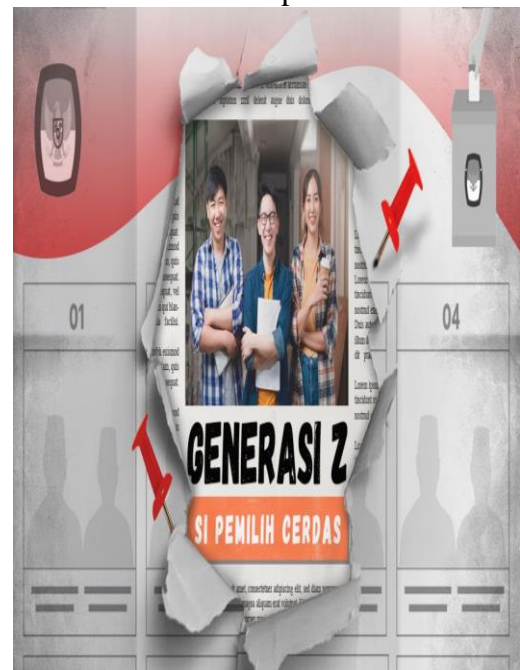
Selain efek yang timbul, KPU juga Memainkan perannya dengan menarik antusias gen Z melalui pendekatan perusuasif.. Menurut ahli Robert Cialdini dalam bukunya “Pendekatan Prinsip Persuasi” menjelaskan bahwa metode persuasif ini dapat bekerja secara efektif dan efisien bilamana memenuhi unsurnya yaitu seperti mampu memberikan sesuatu yang bernilai (tanggal pelaksanaan pemilu serentak 2024) , kemudian mendorong masyarakat untuk membuat komitmen kecil terlebih dahulu, seperti mendatangi acara sosialisasi pemilu, yang kemudian akan mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam pemilu, kemudian menciptakan *Social Proof* untuk menciptakan tekanan sosial agar tidak golput.

Metode ini dapat juga di kolaborasikan dengan menggunakan otoritas atau pakar yang dihormati untuk menyampaikan pesan. Ditambah penggunaan metode *Liking* atau menggunakan tokoh yang disukai dan dihormati untuk menyampaikan pesan, serta melengkapinya dengan penekanan akan menadapatkan kerugian yang akan dialami jika golput

(*loss aversion*). Misalnya, menjelaskan dampak negatif bagi masyarakat jika mereka tidak memilih. Dengan menggabungkan berbagai metode persuasif ini, KPU Sukoharjo dapat membuat kampanye yang komprehensif dan efektif untuk meningkatkan partisipasi pemilih

Gambar 10.

Alat kampanye anti golput ke Gen Z dengan gambar yang persuasif





Sumber : Dokumentasi KPU Sukoharjo
2024

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa Strategi komunikasi yang di bentuk oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaetn Sukoharjo dalam rangka mengurangi angka golput pemilu Capres Cawapres 2024 pada kalangan generasi Gen Z melalui kegiatan Seminar politik ke sekolah menengah atas atau sederajat, pemilihan penggunaan media saran edukasi politik dan juga kampanye online.

Adapun teori yang digunakan untuk menganalisis Strategi komunikasi yang di bentuk oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaten Sukoharjo dalam rangka mengurangi angka golput pemilu Capres Cawapres 2024 pada kalangan generasi Gen Z dengan indikator *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*.

Setelah dilakukan analisis ternyata dalam Strategi komunikasi dengan indikator mengnali khalayak

ini KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaetn Sukoharjo dalam rangka mengurangi angka golput pemilu Capres Cawapres 2024 pada kalangan generasi Gen Z melakukan serangkaian kegiatan seperti seminar politik ke sekolah menengah atas atau sederajat, kampanye online dan lomba edukasi politik yang semuanya melibatkan Gen Z Kabupaten Sukoharjo sehingga berhasil mengurangi dan menekan angka golput di Pilpres 2024 wilayah Kabupaten Sukoharjo.

3. KESIMPULAN

Hasil kesimpulan menunjukkan bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaten Sukoharjo dalam rangka mengurangi angka golput pemilu Capres Cawapres 2024 pada kalangan generasi Gen Z yaitu dilakukan dengan 3 langkah strategi. Yaitu sosialisasi pentingnya pemilu, memaksimalkan penggunaan media sosial yang dimiliki dan melakukan kampanye *online* (pamflet online dan *video* edukasi politik). Dimana dari ke-tiga langkah strategis KPU Sukoharjo ini keseluruhannya yang memenuhi terjadinya strategi komunikasi yang baik sebagaimana dikutip menurut Teori komunikasi Harold Lasswell (1948). dimana strategi komunikasi KPU memenuhi ke -5 unsur berupa *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* .

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N., & Mulyadi, A. (2019) Mengurangi Angka Golput pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 1(1), 1-9.
- Amalia, N., & Mulyadi, A. (2019). Strategi Komisi Pemilihan Umum dalam Mengurangi Angka Golput pada

- Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 1(1), 1-9.
- Ari Darmastuti dan Tabah Maryana. (2014). *Sistem Kepartaian dan Pemilu di Indonesia. Universitas Lampung: Lampung. Hendarmin Ranadireksa.*
- Bari, F. (2023). *Produksi Podcast Kpu Jateng Sebagai Media Diseminasi Untuk Meningkatkan Partisipasi Hak Suara Pemilih Pemula Dan Pemilih Pemuda Pada Pemilu 2024 (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).*
- DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course.* Pearson.
- Evelina, L. W., & Angeline, M. (2015). Upaya Mengatasi Golput pada Pemilu 2014. *Humaniora*, 6(1), 97-105.
- Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.*
- <https://kab-sukoharjo.kpu.go.id/berita/11/pengumuman> diakses pada 20 Juli 2024
- <https://nasional.kompas.com/read/2023/04/17/11072661/survei-litbang-kompas-tingkat-kepuasan-generasi-z-terhadap-pemerintah-lebih> pada 20 Juli 2024
- <https://rkb.pekalongankota.go.id/berita22396-1-gen-z-didorong-untuk-ikut-berpartisipasi-dalam-helat-pemilu-2024.html> Diakses pada 20 Juli 2024
- <https://www.instagram.com/kpusukoharjo/> diakses pada 20 Juli 2024
- <https://www.krjogja.com/berita-lokal/read/404492/partisipasi-pemilih-pemilu-2019-sukoharjo-capai-80-persen> pada 20 Juli 2024
- <https://www.youtube.com/channel/UC31ouI5etoY03vfBso953Ww> diakses pada 20 Juli
- 2024
- Manusia, D. S. D. (2020). *Generasi Z Mengawasi Pilkada 2020.* Tebuireng Institute.
- Nugroho, D. A., & Sukmariningsih, R. M. (2020). Peranan Komisi Pemilihan Umum dalam mewujudkan pemilu yang demokratis. *Jurnal Juristic*, 1(01), 22-32.
- Putri, Nur. Antika. (2017). *Strategi komunikasi komisi pemilihan umum (Kpu) Kabupaten Bantul dalam mengurangi angka golput pada pilkada 2015 (studi deskriptif kualitatif kpu kabupaten bantul) (Doctoral Dissertation, UIN sunan kalijaga yogyakarta).*
- Putra, Y. S. (2017). *Theoretical review: Teori perbedaan generasi. Among makarti*, 9(2).
- Saleh, A., Fitriah, N., & Febriani, W. (2024). *Strategi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Polewali Mandar Dalam Menekan Angka Golput Pada Pemilihan Presiden Tahun 2019 (Studi Kasus Kecamatan Campalagian).* In *Journal Pegguruang: Conference Series* (Vol. 5, No. 2, page 417-422).
- Sa'ban, L. A., Wijaya, A. A. M., & Doli, L. (2020). Meningkatkan Partisipasi Pemilih Melalui Komunikasi Politik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 9(2), 90-97.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z@ work: How the next generation is transforming the workplace.* HarperCollins.
- Utomo, A. W. (2019). *Tindakan sosial golput di kalangan mahasiswa (studi fenomenologi tindakan sosial golput pada pemilihan Gubernur Jawa Tengah tahun 2018 di kalangan mahasiswa uns).*