

Analisis Strategi Diseminasi Informasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Bandung mengenai Penggunaan Hak Suara pada Pemilihan Umum 2024

Nicky Aureliano Wibowo¹, Muhammad Al Assad Rohimakumullah²

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, ickyawrl@student.telkomuniversity.ac.id

² Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, assadr@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Participation in general election is the main element to create legitimacy and as a determinant to direct the development of the government system in the future. Ahead of the 2024 elections, the goal that KPU Kota Bandung wants to achieve is, to increase the amount of the community participation. For this reason, KPU Kota Bandung conducts an information dissemination strategy in an effort to encourage the number of voters in the 2024 election. This study aims to find out how the implementation of the information dissemination strategy by KPU Kota Bandung ahead of the 2024 election and to find out the obstacles from the implementation of the strategy. This research uses qualitative method with a case study approach. The analysis of this research is based on the concept of information dissemination according to Sulisty Basuki (2004) which consists of five sub-units analysis, namely, information needs, media, data completeness, supporting facilities and managerial expertise. The data collection techniques in this research were obtained through the process of observation, interviews, and documentation. The result is, the information dissemination strategy carried out by KPU Kota Bandung still not optimal enough to encourage the amount of participation in the 2024 election.

Keywords-general election, communication strategy, information dissemination

Abstrak

Partisipasi pada pemilu merupakan elemen utama untuk menciptakan kekuasaan yang terlegitimasi dan sebagai penentu arah pembangunan sistem pemerintahan kedepannya. Jelang pemilu 2024, hal yang ingin dicapai KPU Kota Bandung adalah tingkat partisipasi masyarakat. Untuk itu KPU Kota Bandung melakukan strategi diseminasi informasi dengan upaya mendorong jumlah penggunaan hak suara pada pemilu 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi diseminasi informasi yang dilakukan KPU Kota Bandung jelang pemilu 2024 dan untuk mengetahui bagaimana hambatan dari implementasi strategi yang telah dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Analisis penelitian ini, dilandasi dengan konsep diseminasi informasi menurut Sulisty Basuki (2004) yang terdiri dari lima sub unit analisis yakni, kebutuhan informasi, media, kelengkapan data, fasilitas penunjang dan keahlian manajerial. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah, strategi diseminasi informasi yang dilakukan KPU Kota Bandung masih belum cukup maksimal dalam mendorong partisipasi pada pemilu 2024.

Kata Kunci-diseminasi informasi, pemilu, strategi komunikasi

I. PENDAHULUAN

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Bandung merupakan instansi pemerintahan yang mempunyai salah satu tanggung jawab yaitu, “Menyosialisasikan penyelenggaraan Pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU Kabupaten/Kota kepada masyarakat.” seperti yang tertera dalam Pasal 18 Undang-Undang 7 Tahun 2017 tentang pemilihan umum. Oleh karena itu KPU memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga proses pemilihan agar dapat berjalan secara adil, transparan, dan demokratis. Mereka juga mempunyai wewenang dalam berbagai aspek pemilihan, termasuk pencetakan surat suara, pemilihan tempat pemungutan suara (TPS), pendaftaran

calon, merekap hasil suara, mengumumkan hasil pemilihan, dan mempersiapkan serta membuat *timeline* pemilihan umum.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Bandung selain menyelenggarakan pemilu, juga bertugas dalam menyebarkan informasi secara merata khususnya di Kota Bandung. Melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat, upaya menciptakan masyarakat yang lebih melek akan politik dan menyuarakan suaranya pada pemilihan umum. Memperoleh informasi akan pemilu 2024 merupakan hak setiap warga negara, informasi berguna bagi masyarakat untuk membangun pengetahuan dan sebagai bahan penentu keputusan. Diseminasi informasi seputar pemilu 2024 dilakukan guna memfasilitasi kebutuhan informasi masyarakat, sebagai bekal literasi untuk terlibat proses demokrasi. Dengan ini, masyarakat akan mengetahui pentingnya hak suara mereka terhadap sistem negara. Dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat diperlukan strategi komunikasi, mulai dari pemateri, isi materi yang disampaikan, noise atau gangguan dalam berkomunikasi, media yang digunakan, target audiens, hingga efek yang dihasilkan. Diperlukannya sebuah strategi penyebaran informasi yang matang agar hasil maksimal dan masyarakat turut andil dalam Pemilu 2024.

Pernyataan ini di Indonesia juga dikuatkan dalam UUD 1945 Pasal 28F yang berbunyi, "Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia". Sebab itu strategi diseminasi informasi sangat dibutuhkan KPU Kota Bandung agar memperoleh dan menciptakan masyarakat yang partisipatif seperti yang disebutkan dalam UUD 1945 Pasal 28F.

Berdasarkan latar belakang diatas yang menggambarkan peran, serta strategi diseminasi informasi yang dilakukan oleh KPU menjelang pemilu mengenai penggunaan hak suara merupakan tanggung jawab yang besar bagi KPU Kota Bandung. Diperlukan program strategi diseminasi yang berkelanjutan atau *Sustain* baik dalam meningkatkan, maupun menekan kenaikan jumlah Golongan Putih (Golput) untuk menciptakan pemerintahan yang *Legitimate*. Dengan ini, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul "Analisis Strategi Diseminasi Informasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Bandung mengenai Penggunaan Hak Suara pada Pemilihan Umum 2024"

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Diseminasi Informasi

Penelitian ini dilandaskan dengan konsep diseminasi informasi menurut Sulisty Basuki (2004) yang membahas mengenai beberapa tinjauan proses dalam menyebarkan informasi. Menurut Sulisty Basuki (2004) terdapat lima sub-unit analisis dalam mendiseminasikan informasi yakni:

1. Kebutuhan Informasi, sebelum informasi disebarkan tahapan awal adalah memahami kebutuhan informasi dan mengetahui jenis informasi apa yang dibutuhkan oleh penerima informasi.
2. Media, merupakan saluran yang digunakan sebagai perantara dalam memaksimalkan penyebaran informasi.
3. Kelengkapan data, berkaitan dengan isi informasi yang menunjukkan kualitas akan informasi yang disajikan. Kualitas sebuah informasi dapat diindikasikan melalui beberapa poin yakni, *Accuracy* (akurasi), *Completeness* (kelengkapan), *Relevance* (keterkaitan), dan *Timeline* (waktu).
4. Fasilitas Penunjang, berkaitan dengan segala komponen atau fasilitas yang dapat membantu kinerja dalam menyebarkan informasi
5. Keahlian Manajerial, berkaitan dengan keterampilan atau kompetensi yang dimiliki pihak manajerial.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, menurut Moleong (2007) metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena secara menyeluruh, dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme, menurut Poedjadi (2005) paradigma konstruktivisme adalah pembentukan makna yang diterima dari sebuah pengetahuan yang kemudian di rekonstruksi menjadi sebuah pemahaman baru atas dasar pengalaman dan situasi yang di alami. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, menurut Wahyuningsih (2013) pendekatan studi kasus merupakan bentuk eksplorasi suatu kasus atau peristiwa tertentu yang terikat oleh waktu, dengan melakukan pengumpulan data secara mendalam, dan melibatkan berbagai sumber sebagai sarana pengumpulan informasi.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga tahapan yakni, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam menganalisis data yang diperoleh, peneliti melakukan reduksi data kemudian, menyajikan

data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data, peneliti melakukan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan data yang diperoleh melalui narasumber yang berbeda dan melihat data dari rentan waktu yang berbeda untuk memastikan keabsahan data. Penggunaan metode penelitian ini, kemudian diterapkan oleh peneliti.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi Strategi Diseminasi Informasi KPU Kota Bandung pada Pemilu 2024

1. Kebutuhan Informasi

Temuan pertama adalah kebutuhan informasi masyarakat pada pemilu 2024. Kebutuhan informasi adalah suatu kondisi ketika terdapat bentuk kekurangan yang ada pada diri individu yang membuat timbulnya perasaan ketidakpuasan apabila tidak terpenuhinya informasi, kebutuhan informasi dianggap sebagai petunjuk bagi individu Chaplin (1993). KPU Kota Bandung telah memperhatikan kebutuhan informasi masyarakat melalui proses monitoring hingga penyajian informasi melalui sosial media, website, program sosialisasi, dan survei kepuasan masyarakat. Strategi ini dilakukan KPU Kota Bandung dengan tujuan untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, hal ini sejalan dengan Sastroepoetro (2012) Informasi harus sesuai dengan kebutuhan penerima dan memberikan hasil penyelesaian masalah. Dengan ini informasi yang disebarluaskan juga berdasarkan dari kebutuhan masyarakat.

KPU Kota Bandung berfungsi sebagai jembatan informasi politik bagi masyarakat untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi. Dalam meningkatkan kebutuhan informasi masyarakat terhadap pemilu 2024 dikaitkan dengan istilah *cognocracy*, mengutip dari buku *Political Social Responsibility* (2019) *cognocracy* merupakan penggabungan dari dua kata yakni, *cognitive* dan *democracy*, *cognocracy* merupakan proses masyarakat dalam pengambilan keputusan di mana keputusan didasarkan pada pengetahuan, informasi, dan analisis data yang akurat serta relevan. Untuk mendorong keikutsertaan masyarakat dalam proses pemilu 2024, dibutuhkan sebuah informasi atau lebih, sebagai referensi bagi masyarakat dalam menciptakan *cognitive* atau pengetahuan masyarakat itu sendiri akan pemilu 2024, kemudian *cognitive* menghasilkan kebutuhan (*needs*). Informasi yang diberikan KPU Kota Bandung kepada masyarakat merupakan rangkaian pemenuhan kebutuhan informasi yang dijadikan referensi bagi masyarakat agar dapat ikut serta dalam proses demokrasi.

Adapun informasi yang dibutuhkan masyarakat berdasarkan data yang diperoleh peneliti ialah, informasi seputar teknis, informasi Paslon dan informasi terkait transparansi proses pemilu 2024. Dalam menanggapi hal tersebut, KPU Kota Bandung menyediakan kebutuhan informasi masyarakat melalui beberapa platform penyedia informasi yang diantaranya adalah, melalui sosial media, website, program sosialisasi, dan survei kepuasan masyarakat. Jenis kebutuhan informasi yang diinginkan masyarakat dapat disesuaikan melalui alternatif yang disediakan KPU Kota Bandung.

2. Media

Temuan kedua adalah penggunaan media informasi dalam mendiseminasikan informasi kepada masyarakat jelang pemilu 2024, KPU Kota Bandung menggunakan beberapa media atau perantara dalam memaksimalkan penyebaran informasi. Hal ini selaras dengan Coates dan Ellison (2014) media informasi merupakan saluran atau perantara, alat yang digunakan dalam mengolah informasi maupun menyebarkan informasi yang berguna bagi penerima informasi. Media yang digunakan KPU Kota Bandung sebagai perantara informasi diantaranya adalah, media *online* berupa sosial media Instagram, Youtube, Facebook, X, dan *Website* resmi KPU Kota Bandung. Kemudian KPU Kota Bandung juga menggunakan media *offline* berupa, banner, poster, brosur, hingga interaksi tatap muka melalui program sosialisasi. Terakhir, berkolaborasi dengan media massa seperti koran, radio, dan televisi.

Penggunaan beberapa jenis media dalam mendiseminasikan informasi yang dilakukan KPU Kota Bandung merupakan strategi untuk memaksimalkan pesan yang ingin disampaikan. Hal ini sesuai dengan Kotler dan Keller (2009), mengenai konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC), IMC merupakan sebuah konsep dimana suatu perusahaan memaksimalkan penyebaran pesan dengan mengkolaborasi berbagai jenis saluran komunikasi untuk mengirim pesan kepada beberapa segmentasi. Pertama, media cetak, KPU Kota Bandung dalam memaksimalkan penyebaran informasi kepada masyarakat dibantu dengan media cetak yang berupa, koran media massa, banner, poster, dan brosur. Kedua, media siaran, KPU Kota Bandung juga berkolaborasi dengan beberapa media massa di bidang penyiaran dalam proses diseminasi informasi yakni, radio, dan televisi. Ketiga, media elektronik, KPU Kota Bandung juga beradaptasi dengan perkembangan teknologi yaitu, memanfaatkan media baru sebagai saluran informasi yang diantaranya adalah, sosial media Instagram, Youtube, Facebook, X, dan *Website* resmi KPU Kota Bandung.

Keempat, media tatap muka, KPU Kota Bandung mengemas informasi melalui program sosialisasi dan pendidikan pemilih.

Penggunaan media sebagai perantara informasi yang dilakukan KPU Kota Bandung merupakan bagian dari strategi untuk menyesuaikan ketepatan penggunaan media kepada beberapa segmentasi masyarakat yang ada. Pernyataan ini sesuai dengan Kotler & Armstrong dalam Ismanto (2020) mengenai segmentasi pasar, segmentasi pasar merupakan sebuah proses pengklasifikasian suatu kelompok tertentu melalui karakteristik, perilaku, dan keinginan yang berbeda. Adapun segmentasi masyarakat Kota Bandung pada pemilu 2024, berdasarkan data yang diperoleh ialah, Pemilih Pemula, Pemilih Milenial, Pemilih Gen Z, Pemilih Disabilitas. Untuk mengetahui kesesuaian media yang digunakan KPU Kota Bandung dalam mendiseminasikan informasi kepada beberapa segmentasi masyarakat, peneliti berpacu pada 3 segmentasi dasar menurut Kotler & Armstrong dalam Ismanto (2020) yakni, demografis, psikografis, dan geografis. Berikut klasifikasinya:

a. Pemilih Pemula Demografis:

- 1) **Usia:** Berusia sekitar 17-21 tahun, merupakan kali pertama memiliki hak pilih.
- 2) **Jenis Kelamin:** Laki-laki dan perempuan.

b. Psikografis:

- 1) **Nilai dan Keyakinan:** Minim pengetahuan politik, cenderung dipengaruhi oleh keluarga dan pendidikan, merupakan kali pertama memiliki hak pilih.
- 2) **Gaya Hidup:** Masih dalam masa transisi dari remaja ke dewasa, sering terhubung dengan media sosial.

c. Geografis:

- 1) **Perkotaan:** di perkotaan lebih terhubung dengan internet
- 2) **Pedesaan:** di pedesaan lebih mengandalkan media tradisional.

Berdasarkan klasifikasi diatas, maka media yang tepat untuk Pemilih Pemula adalah melalui sosial media karena merupakan kelompok yang aktif dalam mengakses sosial media, dan melalui program sosialisasi pendidikan pemilih, karena minimnya pengetahuan akan politik maka sosialisasi adalah media yang tepat bagi Pemilih Pemula.

a. Pemilih Milenial Demografis:

- 1) **Usia:** Berusia sekitar 24-39 tahun.
- 2) **Jenis Kelamin:** Laki-laki dan perempuan.

b. Psikografis:

- 1) **Nilai dan Keyakinan:** Lebih sadar sosial, cenderung mendukung isu sosial, beberapa Milenial minim akan edukasi politik berdasarkan tingkat pendidikan.
- 2) **Gaya Hidup:** Aktif di media sosial untuk yang tinggal di perkotaan, peduli dengan lingkungan.

c. Geografis:

- 1) **Perkotaan:** Lebih terhubung dengan media digital.
- 2) **Pedesaan:** Masih menggunakan televisi dan radio sebagai sumber informasi utama.

Berdasarkan klasifikasi diatas, maka penggunaan media yang tepat untuk Pemilih Milenial adalah media massa berupa, siaran televisi maupun radio, dan media cetak seperti koran. Bisa juga melalui sosial media untuk beberapa Milenial yang berada di perkotaan karena terhubung dengan internet, dan program sosialisasi bagi milenial yang minim literasi politik.

a. Pemilih Gen Z Demografis:

- 1) **Usia:** Berusia sekitar 18-24 tahun.
- 2) **Jenis Kelamin:** Laki-laki dan perempuan.

b. Psikografis:

- 1) **Nilai dan Keyakinan:** mengikuti perkembangan teknologi, mendukung isu sosial, agen perubahan.
- 2) **Gaya Hidup:** Sangat aktif di media sosial seperti Tiktok, Instagram, dan Youtube.

c. Geografis:

- 1) **Perkotaan:** Sangat terhubung dengan internet dan aplikasi mobile.
- 2) **Pedesaan:** Akses internet mungkin lebih terbatas, tetapi masih aktif di media sosial.

Berdasarkan klasifikasi diatas, maka penggunaan media yang tepat bagi Pemilih Gen Z adalah melalui *platform* Sosial Media seperti, Instagram, Youtube, X, Facebook, dan *Website*. Pemilih Gen Z merupakan kelompok yang aktif bersosial media.

a. Pemilih DisabilitasDemografis:

- 1) **Usia:** Berbagai kelompok umur.
- 2) **Jenis Kelamin:** Laki-laki dan perempuan.

b. Psikografis:

- 1) **Nilai dan Keyakinan:** Mementingkan kemudahan akses, hak asasi manusia, dan kesetaraan.
- 2) **Gaya Hidup:** Dapat bergantung pada teknologi bantu, peduli dengan isu-isu yang mempengaruhi kesejahteraan mereka.

c. Geografis:

- 1) **Perkotaan:** Memiliki akses yang lebih baik ke fasilitas dan teknologi yang mendukung.
- 2) **Pedesaan:** Mungkin menghadapi lebih banyak tantangan aksesibilitas.

Berdasarkan klasifikasi diatas, maka penggunaan media yang tepat bagi Pemilih Disabilitas adalah melalui media televisi dan radio, *platform* media yang ramah disabilitas, dan program sosialisasi yang mendukung kebutuhan Pemilih Disabilitas. Pemilih Disabilitas sangat memperhatikan kemudahan akses.

3. Kelengkapan Data

Temuan ketiga adalah kelengkapan data informasi yang disajikan KPU Kota Bandung kepada masyarakat. Kelengkapan data juga merupakan bentuk kualitas akan informasi itu sendiri. Divisi Partisipasi masyarakat memperhatikan pengelolaan informasi yang akan disebar, dengan tujuan menciptakan informasi yang berkualitas bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan Lilis Puspitawati dalam Sri Dewi Anggadini (2011) kualitas informasi dapat diindikasikan melalui empat indikator. Pertama, accuracy atau ketepatan, ketepatan yang dimaksud adalah isi informasi yang disebar harus sesuai dengan headline, artinya isi informasi harus memberikan solusi kepada penerima informasi dan dapat dipertanggung jawabkan. Kedua, relevancy atau relevan, informasi yang disampaikan harus sesuai dengan kebutuhan penerima informasi, informasi yang berkualitas merupakan informasi yang memenuhi kebutuhan penerima. Ketiga, completeness atau kelengkapan, informasi harus disajikan selengkap mungkin. Keempat timeline atau waktu, penyebaran informasi harus dilakukan dengan tepat waktu, informasi yang disampaikan tidak boleh telat agar tetap bernilai.

Pertama, accuracy, dalam memperhatikan keakuratan informasi KPU Kota Bandung menyediakan beberapa platform resmi bagi masyarakat untuk memperoleh informasi yang akurat. Untuk menghindari disinformasi, masyarakat dapat mengakses langsung sosial media KPU Kota Bandung melalui, Instagram @kpukotabandung, Facebook KPU Kota Bandung, Youtube KPU Bandung Kota, X @KPUKotaBandung, dan Website kota-bandung.kpu.go.id. Segala data yang dipublikasi melalui sosial media resmi merupakan hasil data yang telah diperoleh langsung melalui tahapan analisis dan verifikasi sistem.

Kedua, relevancy, KPU Kota Bandung juga memperhatikan tingkat relevansi antara informasi yang disebar dengan kebutuhan masyarakat. untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat seputar pemilu, KPU Kota Bandung melakukan proses monitoring kepada masyarakat melalui sosial media, dan survei kepuasan masyarakat. Kemudian, dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, KPU Kota Bandung menuangkan beberapa jenis informasi melalui sosial media dan juga petugas TPS untuk kebutuhan informasi offline. Secara umum, informasi yang dibutuhkan adalah informasi seputar pemilu 2024.

Ketiga, completeness, berdasarkan hasil obsevasi peneliti melalui beberapa program yang telah dilakukan KPU

Kota Bandung dalam mendiseminasikan informasi disajikan cukup lengkap, mulai dari informasi mengenai teknis pencoblosan, informasi Daftar Pemilih Tetap (DPT), Informasi Tempat Pemungutan Suara (TPS), informasi anggaran, informasi perekrutan petugas, informasi tahapan pemilu, informasi hasil rekapitulasi suara, hingga informasi kegiatan sosialisasi pendidikan pemilih juga telah disediakan. Dalam program sosialisasi kepada masyarakat, KPU Kota Bandung juga telah menyesuaikan segmentasi masyarakat yang diantaranya merupakan, Pemilih Pemula, Pemilih Milenial, Pemilih Gen Z, Pemilih Disabilitas, dan lain-lain. Kelengkapan materi yang disampaikan dalam program sosialisasi juga menyesuaikan dengan segmentasi masyarakat yang ada.

Keempat, timeline, berdasarkan pengamatan melalui sosial media, informasi seputar pemilu 2024 yang disebarkan kepada masyarakat sudah dilakukan KPU Kota Bandung sejak satu tahun yang lalu, KPU Kota Bandung mulai aktif membuat konten seputar pemilu 2024 di Tahun 2023. Berdasarkan ketepatan waktu KPU Kota Bandung dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat sudah cukup sesuai. Namun, untuk pelaksanaan program sosialisasi hanya dimaksimalkan oleh KPU Kota Bandung per-November 2023 hingga Februari 2024, berdasarkan dari banyaknya segmentasi masyarakat Kota Bandung yang beragam, waktu 4 bulan dalam memaksimalkan program sosialisasi kepada masyarakat, masih terlalu singkat.

4. Fasilitas Penunjang

Penemuan keempat adalah penggunaan teknologi sebagai fasilitas penunjang. Dalam memaksimalkan proses diseminasi informasi KPU Kota Bandung menggunakan platform pendukung yakni, Sidalih atau Sistem Informasi Daftar Pemilih yang berguna untuk membantu finalisasi proses pendataan Daftar Pemilih Tetap (DPT), membantu masyarakat dalam memeriksa serta memastikan bahwa dirinya telah terdaftar pada pemilu, hingga berfungsi sebagai alat pendeteksi data yang tidak valid atau ganda. Selanjutnya, KPU Kota Bandung Juga menggunakan Sirekap atau Sistem Informasi Rekapitulasi yang memiliki fungsi untuk membantu KPU Kota Bandung dalam merekam hasil suara yang diterima pada setiap TPS, membantu finalisasi hasil rekapitulasi suara pada pemilu 2024, hingga publikasi hasil perolehan suara. Penggunaan teknologi ini sesuai dengan konsep disruptive innovation yang ditemukan oleh Clayton Christensen (1997), konsep ini menjelaskan mengenai inovasi penggunaan teknologi yang awalnya dianggap kurang menarik bagi pasar, hingga akhirnya dapat mendominasi pasar. Penggunaan teknologi ini merupakan inovasi KPU dengan tujuan untuk membantu kinerja KPU dan juga memberikan kemudahan akses bagi masyarakat, hal ini sesuai dengan konsep disruptive innovation yakni, new market disruption atau lahirnya inovasi teknologi yang menyediakan kemudahan akses bagi masyarakat. Clayton Christensen (1997) menyebutkan terdapat dua proses disrupti inovasi yaitu, peningkatan bertahap, dan penetrasi pasar utama.

Pertama, peningkatan bertahap, dalam proses ini penggunaan teknologi masih belum efisien karena faktor pasar yang belum familiar, dan terdapat beberapa fase penyesuaian seperti, perbaikan fitur yang masih dalam masa percobaan. Penggunaan Sidalih dan Sirekap masih belum maksimal, karena nyatanya, berdasarkan hasil wawancara dengan informan pendukung yang merupakan partisipan pemilu Kota Bandung mengatakan tidak mengetahui dan belum pernah mengakses platform ini

Kedua, penetrasi pasar utama, penggunaan inovasi teknologi yang awalnya tampak kurang menarik, seiring berjalannya waktu akan berkembang menjadi inovasi yang kompetitif di pasar. Pada saat ini penggunaan sistem Sidalih dan Sirekap belum menjadi opsi utama bagi masyarakat dalam mengakses informasi, namun berdasarkan konsep disruptive innovation akan ada masa dimana penggunaan teknologi ini mendominasi pasar khususnya pada proses pemilu mendatang.

5. Keahlian Manajerial

Temuan kelima adalah keahlian manajerial, jelang pemilu 2024 KPU Kota Bandung telah mempersiapkan berbagai aspek dalam proses diseminasi informasi, salah satunya kesiapan manajerial. Guna menciptakan SDM internal yang kompeten, KPU Kota Bandung memberikan pelatihan khusus kepada setiap fungsioanaris yang terlibat dalam program diseminasi informasi. Hal ini selaras dengan Katz (1995) yang membahas mengenai tiga konsep utama yang harus dimiliki dalam manajemen diantaranya, keterampilan teknis, keterampilan kemanusiaan, dan keterampilan konseptual. Untuk memenuhi kriteria tersebut KPU Kota Bandung memberikan pelatihan khusus.

Pertama, keterampilan teknis, keterampilan teknis merupakan segala kemampuan yang bersangkutan dengan pengetahuan teknis, penggunaan alat, dan prosedur. Untuk memenuhi keterampilan teknis, Divisi Perencanaan, Data, dan Informasi melakukan pelatihan mengenai pemahaman *tools*, penggunaan *tools*, hingga melakukan simulasi pengaplikasian sistem. KPU Kota Bandung juga aktif dalam melakukan pemeliharaan sistem untuk menghindari

adanya kendala teknis, hingga melakukan percobaan trial and error terhadap sistem yang digunakan. Pelatihan teknis ini dilakukan dengan tujuan menyiapkan teknis dilapangan.

Kedua, keterampilan kemanusiaan, keterampilan ini membahas mengenai menjalin hubungan internal yang baik. Seperti bagaimana kerja sebagai tim dan mengatur pola komunikasi internal yang efektif, hingga menumbuhkan rasa empati sesama rekan kerja. Hal ini merupakan kunci sebelum dapat menciptakan program yang baik, diperlukan kekompakan dan keserasian sebuah tim. Dalam kriteria ini, berdasarkan data yang diperoleh peneliti, KPU Kota Bandung tidak mempunyai program khusus dalam pengelolaan hubungan internal, selain itu juga ditemukan adanya miss-komunikasi antar fungsionaris yang berpengaruh pada kinerja KPU Kota Bandung

Ketiga, keterampilan konseptual, keterampilan ini mencakup keahlian manajerial, seperti berpikir secara strategis, kemampuan pengelolaan program, hingga kemampuan dalam menyelesaikan permasalahan. Dalam konteks ini, KPU Kota Bandung mengadakan pematieran mengenai pengasahan soft skill berupa, public speaking untuk melatih keterampilan berbicara di depan umum, pelatihan ini bersangkutan dengan kesiapan SDM terhadap program sosialisasi yang diadakan, dan design thinking untuk mengasah kreativitas dan pemikiran kritis SDM untuk menyelesaikan permasalahan. Dalam program pematieran ini, KPU Kota Bandung mengundang pemateri khusus yang ahli dibidangnya, sehingga segala materi yang disampaikan berkualitas dan dapat bermanfaat bagi fungsionaris KPU Kota Bandung.

B. Hambatan Implementasi Strategi Diseminasi Informasi KPU Kota Bandung pada Pemilu 2024

Berdasarkan penerapan strategi diseminasi informasi yang telah dilakukan KPU Kota Bandung dalam mendorong penggunaan hak suara pada pemilu 2024, hasil yang diterima kurang memuaskan. Implementasi strategi yang dilakukan KPU Kota Bandung masih belum maksimal, hal ini diindikasikan melalui jumlah partisipasi masyarakat Bandung pada pemilu 2024 yakni, sebesar 83,49 persen. Jumlah partisipasi pemilu 2024 mengalami penurunan jika dibandingkan dengan jumlah partisipasi pada pemilu 2019 yang berhasil memperoleh suara sebesar 86,5 persen. Berlandaskan dengan teori yang digunakan peneliti, implementasi strategi yang dilakukan KPU Kota Bandung sudah cukup sesuai dengan indikator penelitian, hanya ada satu yang terlewat yakni, tata kelola hubungan internal.

Menurut data yang diperoleh peneliti, faktor yang menghambat jumlah partisipasi pemilu 2024 dapat terjadi karena beberapa hal diantaranya adalah, persiapan dan ide yang sudah bagus namun tidak dengan tahap eksekusi, terdapat miss komunikasi antar fungsionaris, program sosialisasi yang hanya dimaksimalkan empat bulan sebelum pelaksanaan pemilu, awareness masyarakat Kota Bandung akan pemilu, kesenjangan pengetahuan politik, ketidakpercayaan masyarakat terhadap kandidat dan badan penyelenggara pemilu. Faktor Golongan Putih (Golput) dapat bermacam, hal ini sesuai dengan Nyarwi Ahmad (2009) yang menjelaskan empat faktor golput yang diantaranya adalah, golput teknis, golput ideologis, golput pragmatis, golput politik. Pertama, golput teknis atau golput yang dikarenakan adanya kendala teknis seperti tidak terdaftar pada pemilu, kekeliruan dalam mencoblos sehingga suaranya tidak sah. Kedua, golput ideologi atau golput yang dikarenakan tidak percaya kepada kekuasaan negara. Ketiga, golput pragmatis, tidak menggunakan hak suaranya karena menganggap tidak memberikan keuntungan pribadi, serta disebabkan minimnya literasi politik. Keempat, golput politik, merupakan golput yang disengaja karena menganggap calon kandidat tidak dapat memenuhi kebutuhannya. Beberapa faktor golput diatas juga telah dikonfirmasi oleh Khoirul Anam Gumilar dan juga Wenti Frihadianti selaku informan kunci pada penelitian ini.

Menurunya jumlah partisipasi pemilu 2024 selain dari faktor kesadaran masyarakat, juga ditemukan adanya kekurangan manajerial seperti adanya ketidak serasian antar fungsionaris, eksekusi program yang belum maksimal. Merespon hal ini, KPU Kota Bandung menjadikan penurunan jumlah partisipasi sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya agar menjadi lebih baik lagi, dan berharap pada pemilu mendatang strategi yang dilakukan dapat lebih efisien dalam mendorong jumlah partisipasi. Demikian analisis pembahasan mengenai strategi diseminasi informasi KPU Kota Bandung mengenai penggunaan hak suara pada pemilu 2024 yang dilandaskan dengan konsep diseminasi informasi menurut Sulistyio Basuki (2004), mengenai beberapa tinjauan aspek yang perlu diperhatikan dalam mendiseminasikan informasi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini telah menjelaskan tentang strategi diseminasi informasi KPU Kota Bandung mengenai penggunaan hak suara pada pemilu 2024. Peneliti menemukan, strategi diseminasi informasi yang dilakukan KPU Kota Bandung mengenai penggunaan hak suara pada pemilu 2024 meliputi beberapa tahapan persiapan yakni, kebutuhan informasi, media informasi, kelengkapan data, fasilitas penunjang, dan keahlian manajerial. Indikator tersebut sesuai dengan

konsep diseminasi informasi menurut Sulistyio Basuki (2004) yang menjelaskan mengenai konsep penting dalam menyebarkan informasi. Berdasarkan pemaparan di atas, Hasil dari implementasi strategi diseminasi informasi yang dilakukan KPU Kota Bandung pada pemilu 2024 dalam mendorong penggunaan hak suara belum maksimal. KPU Kota Bandung mengalami penurunan partisipasi jika dibandingkan dengan pemilu sebelumnya. Faktor yang menjadi hambatan menurunnya jumlah suara diindikasikan melalui beberapa hal diantaranya, adanya kekurangan pada proses eksekusi program, terdapat miss komunikasi antara pihak manajerial, tingkat kesadaran masyarakat akan pemilu, kesenjangan pengetahuan politik, dan sebagainya. Peneliti menemukan terdapat beberapa aspek yang tidak sesuai dengan konsep diseminasi informasi menurut Sulistyio Basuki (2004).

REFERENSI

- 123dok. (2016). *Lainya | Diseminasi Informasi*. Retrieved Januari 10, 2024, from 123dok.com: <https://123dok.com/article/diseminasi-informasi-pustaka-efektivitas-diseminasi-informasi-repository-perpustakaan.dzxvvvyr>
- A, Q. (n.d.). *Penelitian | Objek Penelitian: Pengertian, Macam, Prinsip, dan Cara Menentukannya*. Retrieved Februari 25, 2024, from gramedia.com: <https://www.gramedia.com/literasi/objek-penelitian/>
- Administrator. (2023, Agustus 10). *Edukasi | Triangulasi Waktu Menurut Sugiyono*. Retrieved Maret 19, 2024, from [rspatriaikkt.co.id](https://www.rspatriaikkt.co.id): <https://www.rspatriaikkt.co.id/triangulasi-waktu-menurut-sugiyono#:~:text=Triangulasi%20waktu%20merupakan%20cara%20untuk%20mengevaluasi%20informasi%20dan,menjelajahi%20triangulasi%20waktu%20menurut%20Sugiyono%20secara%20mendalam>
- Afifuddin. (2010). Pengantar Administrasi Pembangunan: Konsep, Teori dan Impikasinya di Era Reformasi. Ahmad, N. (2009). Golput Pasca Orde Baru, Merekonstruksi Ulang Dua Perspektif. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 12(3), 281-303.
- Alfons, M. (2020, Januari 22). *Evaluasi Pemilu 2019, KPU Beberkan Hambatan Distribusi-Rekapitulasi Suara*. Retrieved November 23, 2023, from detiknews: <https://news.detik.com/berita/d-4868654/evaluasi-pemilu-2019-kpu-beberkan-hambatan-distribusi-rekapitulasi-suara?single=1>
- Antari, E. D. (2018). INTERPRETASI DEMOKRASI DALAM SISTEM MEKANIS TERBUKA. *Jurnal Panorama Hukum*, 87-102.
- Ariyani, R. (2020, Desember 19). *Manajemen Pendidikan | Berikut Beberapa Pengertian Pengelolaan Menurut Para Ahli*. Retrieved Desember 9, 2023, from rikaariyani.com: <https://www.rikaariyani.com/2020/12/pengelolaan-menurut-ahli.html>
- Bitlabs. (2022). *Data Analysis | Apa itu Triangulasi? Ini Pengertian dan Manfaatnya untuk Penelitian Kualitatif!* Retrieved Maret 16, 2024, from bitlabs.id: <https://blog.bitlabs.id/triangulasi-adalah/>
- Bitlabs. (2023). *Data Analysis | Teknik Pengumpulan Data: Pengertian, Manfaat, dan Contohnya*. Retrieved Maret 14, 2024, from bitlabs.id: <https://blog.bitlabs.id/teknik-pengumpulan-data-adalah/>
- Budio, S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menatq*, 2(2), 60.
- Christensen, C. M. (1995). What is Disruptive Innovation. *Harvard Business Review*, 1(1).
- Dosen, P. (2023, Mei 25). *Contoh Geografi | Pengertian Penyajian Data, Bentuk, dan 3 Contohnya*. Retrieved Maret 15, 2024, from dosengeografi.com: <https://dosengeografi.com/penyajian-data/>
- Dqlab. (2020, September 11). *Home | Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif*. Retrieved Maret 16, 2024, from dqlab.id: <https://dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data#:~:text=Penyajian%20data%20merupakan%20kegiatan%20saat%20sekumpulan%20data%20disusun,%28berbentuk%20catatan%20lapangan%29%2C%20matriks%2C%20grafik%2C%20jaringan%20ataupun%20bagan>
- Dukasi, K. (2024). *Home | Triangulasi Sumber Menurut Sugiono*. Retrieved Maret 19, 2024, from kompasdukasi.com: <https://www.kompasdukasi.com/triangulasi-sumber-menurut-sugiyono>
- Ghifari, A. A. (2023, Maret 3). *Akademik | Purposive Sampling: Pengertian, Tujuan, Rumus, dan Contohnya*. Retrieved Maret 12, 2024, from vocasia.id: <https://vocasia.id/blog/purposive-sampling-adalah/>
- HaloEdukasi, R. (2024). *PPKN | Demokrasi Partisipatif: Pengertian, Konsep, dan Contohnya*. Retrieved Februari 24, 2024, from haloedukasi.com: <https://haloedukasi.com/demokrasi-partisipatif>
- Hayati, R. (2023, Juni 16). *Makalah | Pengertian Kesimpulan, Jenis, Ciri, Syarat, dan Cara Menulisnya*. Retrieved Maret 16, 2024, from penelitianilmiah.com: <https://penelitianilmiah.com/pengertian-kesimpulan/>
- Hestanto. (n.d.). *Manajemen Bisnis | Teori Manajemen Menurut George R. Terry*. Retrieved Desember 18, 2023, from

- hestanto.web.id: <https://www.hestanto.web.id/teori-manajemen-menurut-george-r-terry/>
- Hidayat, R. (2023, Oktober 19). *Ilmu Negara | Pengertian Pemilu: Fungsi, Sejarah, Tujuan dan Asasnya*. Retrieved Februari 18, 2024, from wawasankebangsaan.id: <https://wawasankebangsaan.id/pemilu/>
- Kathryn Coates, A. E. (2014). In A. E. Kathryn Coates, *An Introduction to Information Design*. Laurence King.
- Kotler, A. (2020). *Integrated Marketing Communications*. In Ismanto.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. In P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kumparan. (2022, Maret 17). *News | Narasumber: Pengertian, Jenis, Syarat, dan Tugasnya*. Retrieved Februari 25, 2024, from kumparan.com: <https://kumparan.com/berita-update/narasumber-pengertian-jenis-syarat-dan-tugasnya-1xhInGO9Olb/1>
- Mandalari, R. N. (2008). Sikap Khalayak Terhadap Identitas Perusahaan. 7-10.
- Mcnaair, B. (2019). In D. K. Putra, *Political Social Responsibility* (pp. 147-148). Jakarta, Rawamangun, Indonesia: PRENAME MEDIA GROUP.
- Megawati. (2020). Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula. *Siyasatuna*, 1(3), 523-531.
- Melani, A. (2023, Agustus 21). *Pemilu | Pemilu 2024, Apa Saja Syarat Pemilih? Simak di Sini*. Retrieved Februari 23, 2024, from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/pemilu/read/5205002/pemilu-2024-apa-saja-syarat-pemilih-simak-di-sini?page=3>
- Min, M. (2023, Februari 14). *Home | 20 Pengertian Strategi Menurut Pendapat Para Ahli Terlengkap*. Retrieved Desember 14, 2023, from pelajaran.co.id: <https://www.pelajaran.co.id/pengertian-strategi-menurut-pendapat-para-ahli-terlengkap/>
- Muhazir, A. (2021). KOMUNIKASI POLITIK: Demokrasi, Media Massa dan Pemilihan Umum di Indonesia. 190-192.
- Muzdalifah, M. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN HAK PILIH PADA PEMILIHAN UMUM 2019.
- Nasrudin, A. (2022, April 12). *Bisnis dan Strategi | 5P Strategi Mintzberg dan Komponennya*. Retrieved Desember 17, 2023, from cerdasco.com: https://cerdasco.com/5ps-strategi-mintzberg/#google_vignette
- Natasya, N. I. (2024). *PPKN | Paradigma: Pengertian – Jenis dan Contohnya*. Retrieved Februari 25, 2024, from haloedukasi.com: <https://haloedukasi.com/paradigma>
- P, M. C. (2020). Strategi Komisi Pemilihan Umum Kota Bekasi dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pemilu Serentak Tahun 2019. *POLITEA: Jurnal Politik Islam*, 3(2).
- Pengetahuan, S. (2024). *18 Pengertian Penelitian Menurut Para Ahli (Pembahasan Lengkap)*. Retrieved Februari 2023, 2024, from seputarpengetahuan.co.id: 18 Pengertian Penelitian Menurut Para Ahli (Pembahasan Lengkap)
- Priyantini, A. (2018, November). DISEMINASI INFORMASI PUBLIK OLEH HUMAS KEMENTERIAN KELAUTAN DAN PERIKANAN REPUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PUBLIC AWARENESS. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 7(3), 116-125.
- Puspitawati, L. (2011). Dalam S. D. Anggadini, *The Accounting Information and The Accounting Information System Quality* (hal. 13).
- Putra, D. K. (2019). Cognocracy. In D. K. Putra, *Political Social Responsibility* (pp. 9-15). Jakarta, Rawamangun, Indonesia: PRENAME MEDIA GROUP.
- Putri, M. P. (2016). Peran Komisi Pemilihan Umum Dalam Sosialisasi Pemilu sebagai upaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Presiden 2014 di Kalimantan Timur. *eJournal Ilmu- Komunikasi*, 4(1), 31-41.
- R, K. (1995). Skill of an Effective Administrator. *Harvard Business Review*.
- Rahman, A. (2002). Sistem Politik Indonesia Dalam Prespektif Struktural Fungsional. 128.
- Salmaa. (2022, Maret 5). *Home | Reduksi Data: Pengertian, Tujuan, Langkah-Langkah, dan Contohnya*. Retrieved Maret 15, 2024, from penerbitdeepublish.com: <https://penerbitdeepublish.com/reduksi-data-adalah/#:~:text=Langkah-langkah%20Reduksi%20Data%201%201.%20Mengumpulkan%20Data%20Sebelum,berdasarkan%20beberapa%20jenis.%20...%203%203.%20Mereduksi%20Data>
- Salmaa. (2023, Mei 3). *Home | Subjek Penelitian: Ciri, Fungsi, dan Contoh*. Retrieved Februari 25, 2024, from

- penerbitdeepublish.com: <https://penerbitdeepublish.com/subjek-penelitian/sastrawacana>. (2023, Mei 5). *Akademis | 10 Pengertian Teori Konstruktivisme Menurut Para Ahli*. Retrieved Februari 25, 2024, from sastrawacana.id: <https://sastrawacana.id/2023/05/05/10-pengertian-teori-konstruktivisme-menurut-para-ahli/>
- Septianto, B. (2019, Maret 12). *Kepercayaan ke KPU Rendah: Tanda Upaya Delegitimasi Berhasil?* Retrieved November 23, 2023, from tirto.id: <https://tirto.id/kepercayaan-ke-kpu-rendah-tanda-upaya-delegitimasi-berhasil-djaW>
- Sosiologi, M. (2023, Juli 26). *Kajian Sosiologi | Pengertian Kebutuhan, Macam, dan Contohnya*. Retrieved Januari 5, 2024, from dosensosiologi.com: https://dosensosiologi.com/pengertian-kebutuhan-macam-dan-contohnya-lengkap/#google_vignette
- Sri Ati, N. K. (n.d.). Pengantar Konsep Informasi, Data, dan Pengetahuan. *Modul 1*, 1.1-1.27. Retrieved from <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/ASIP4204-M1.pdf>
- Thabroni, G. (2021, Februari 17). *Metode Penelitian | Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Retrieved Maret 14, 2024, from serupa.id: <https://serupa.id/teknik-analisis-data-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif/>
- Thabroni, G. (2021, Juni 18). *Metode Penelitian | Metode Penelitian Studi Kasus: Pengertian, Teknik Analisis, dsb*. Retrieved Februari 25, 2024, from serupa.id: <https://serupa.id/metode-penelitian-studi-kasus-pengertian-teknik-analisis-dsb/>
- Tokan, F. B. (2012, April 24). Partisipasi Warga Sekolah dalam Pelaksanaan Program Pendidikan Inklusif di SD Negeri Gejayaan. 12-16.
- Tugas dan Kewenangan KPU Kota Bandung*. (n.d.). Retrieved November 23, 2023, from kota-bandung.kpu.go.id: <https://kota-bandung.kpu.go.id/page/read/36/tugas-dan-kewenangan-kpu-kota-bandung>
- Yandra, A. (2023). PENDIDIKAN POLITIK DALAM UPAYA PENINGKATAN PARTISIPASI PEMILIH JELANG PEMILU 2024. *Jurnal Dinamika Pemerintahan*, 6(2), 164-179.
- Zakky. (2019, April 15). *Kewarganegaraan | 6 Asas Pemilu di Indonesia Beserta Penjelasannya (Luber Jurdil)*. Retrieved Februari 23, 2024, from zonareferensi.com: <https://www.zonareferensi.com/asas-pemilu-luber-jurdil/>
- Zakky. (2022, Januari 27). *Sosial | Pengertian Informasi | Definisi, Fungsi, Ciri-Ciri, Jenis-Jenisnya [Lengkap]*. Retrieved Januari 5, 2024, from zonareferensi.com: [Pengertian Informasi | Definisi, Fungsi, Ciri-Ciri, Jenis-Jenisnya \[Lengkap\]](https://www.zonareferensi.com/pengertian-informasi-definisi-fungsi-ciri-ciri-jenis-jenisnya-lengkap/)