

STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENGAWAS PEMILU KOTA YOGYAKARTA DALAM SOSIALISASI PENGAWASAN PARTISIPATIF PEMILU 2024

Muhammad Wajih As'ad
1900030330
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

INTISARI: Bawaslu Kota Yogyakarta merupakan lembaga penyelenggara pemilu yang berkedudukan di wilayah Kota Yogyakarta. Menjelang pemilu 2024, semua pihak turut ambil peran untuk mempersiapkan diri agar nantinya pemilu dapat berjalan efektif dan efisien. Bawaslu Kota Yogyakarta membutuhkan partisipasi masyarakat Kota Yogyakarta untuk mengawasi dan mengawal proses pemilu. Lantas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Bawaslu Kota Yogyakarta dalam sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu 2024. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan objek utama Bawaslu Kota Yogyakarta. Untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kemudian untuk teknik validasi data menggunakan triangulasi sumber data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Bawaslu Kota Yogyakarta telah mengambil langkah yang sesuai dengan strategi komunikasinya dalam sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu 2024. Langkah-langkah tersebut antara lain memahami khalayak, menyusun pesan persuasif, menetapkan metode, serta memilah dan memilih media. Hasil dari penelitian ini adalah Bawaslu Kota Yogyakarta memahami khalayak bersama pemilih pemula dan masyarakat rentan. Dalam menyusun pesan persuasif menggugah kesadaran khalayak untuk berpartisipasi mengawasi pemilu. Metode yang efektif adalah *redundancy*, *informative* dan *educative*. Memilah dan memilih media yang efektif dilakukan secara *face-to-face communication* melalui sosialisasi.

Kata Kunci: Bawaslu Kota Yogyakarta, Pengawasan Partisipatif Pemilu 2024, Strategi Komunikasi

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seluruh aspek kehidupan tidak lepas dari yang namanya komunikasi. Mulai dari bangun tidur hingga akan tidur lagi akan selalu terikat dari yang namanya komunikasi. Komunikasi yang dilakukan oleh manusia merupakan bagian dari proses sosial yang dijalani. Artinya, komunikasi melibatkan manusia dengan interaksi yang

dilakukan. Dalam interaksi, tentunya ada pesan yang terkandung didalamnya.

Komunikasi ialah kegiatan yang menyatakan suatu gagasan dan menerima *feedback* dengan cara meafsirkan pernyataan gagasan dan pernyataan orang lain (Lunandi, 1992). Komunikasi tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan, tetapi ada umpan balik dari pesan

yang telah disampaikan. Komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan komunikator dapat ditangkap dan dipahami oleh komunikan.

Menurut (Effendy, 2007) istilah komunikasi berasal dari kalimat latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Kata sama disini yang dimaksud ialah sama makna. Salah satu model komunikasi awal yang dikemukakan oleh Harold Laswell dalam bukunya yang berjudul "*The Structure and Function of Communication in Society*" pada tahun 1948 mengatakan bahwa komunikasi adalah pesan yang disampaikan kepada komunikan dari komunikator melalui media tertentu baik secara langsung maupun tidak langsung dengan maksud memberikan dampak kepada komunikan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator. Paradigma Harold Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban pertanyaan yang diajukan, yakni komunikator (*source, sender*), pesan (*message*), media (*channel, media*), komunikan (*receiver, recipient, communicate*), dan efek

(*effect, impact, influence*). Effendy menambahkan berdasarkan paradigma model komunikasi Harold Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Berdasarkan model komunikasi tersebut maka dapat ditarik kesimpulannya ialah komunikasi merupakan peran komunikator (*who*) dalam memberikan isi pesan (*says what*) menggunakan media tertentu (*in which channel*) kepada komunikan (*to whom*) untuk menghasilkan efek atau tujuan dengan mengharapkan umpan balik (*with what effect*).

Hambatan dalam komunikasi dapat terjadi pada semua konteks komunikasi, yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi massa, komunikasi organisasi atau komunikasi kelompok. (Effendy, 2003) menyatakan bahwa dalam proses komunikasi tidak selamanya dapat berjalan secara efektif. Segala sesuatu yang menghambat kelancaran komunikasi dapat disebut sebagai gangguan (*noise*).

Menurut (Wursanto, 2005) faktor hambatan komunikasi terdiri dari tiga macam, yaitu hambatan teknis, hambatan semantik, dan hambatan perilaku. Hambatan teknis ialah hambatan yang disebabkan oleh kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam proses komunikasi, penguasaan teknik dan metode komunikasi yang tidak sesuai. Hambatan semantik disebabkan dalam kesalahan penafsiran, kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa yang digunakan dalam proses berkomunikasi. Sedangkan hambatan perilaku atau hambatan kemanusiaan disebabkan dengan berbagai bentuk pola perilaku atau sikap dari komunikator maupun komunikan. Oleh sebab itu, diperlukan strategi komunikasi yang tepat.

(Effendy, 2017) menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah suatu perencanaan dan manajemen yang efektif untuk menyampaikan pesan agar dapat dipahami oleh komunikan sehingga terjadi adanya perubahan sikap atau perilaku seseorang. Salah satu intisari permasalahan yang berkaitan dengan strategi komunikasi adalah mengelola konsumsi sumber

tenaga komunikasi yang ada untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Effendy menambahkan, strategi komunikasi memiliki dua lingkup aspek utama, yaitu mikro dan dan makro serta keduanya memiliki fungsi ganda. Diantaranya yaitu menyebarkan pesan komunikasi kepada target yang sifatnya informatif, persuasif, dan instruktif yang bertujuan untuk memperoleh hasil yang maksimal. Yang kedua ialah ketika arus informasi di media sangat banyak, maka harus dipastikan adanya perantara hal tersebut agar tidak merusak nilai-nilai budaya.

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan sarana perwujudan kedaulatan rakyat untuk menghasilkan pemerintahan negara yang demokratis berdasarkan dengan Pancasila dan UUD 1945 Pasal 1 ayat (2) yang berbunyi, *“Kedaulatan berada ditangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar”*. Pasal 22E ayat (1) UUD 1945 menyimpulkan ada enam kriteria pemilu yang demokratis, yaitu langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Dalam UU Nomor 7 tahun 2017 tentang pemilu menambah dua kriteria lagi, yakni transparan dan

akuntabel. Tujuan dilaksanannya pemilu yaitu terpilihnya pemimpin yang menjadi kehendak rakyat, pemimpin amanah yang mampu mewujudkan kesejahteraan dan keadilan.

Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) dibentuk sebagai realisasi dari amanah UU Nomor 7 tahun 2017 tentang pemilu, yaitu lembaga yang bersifat tetap dengan diberikan tugas melakukan pencegahan terjadinya pelanggaran dalam pemilu, pengawasan setiap tahapan pelaksanaan pemilu, penindakan atas pelanggaran pemilu dan penyelesaian/penindakan sengketa pemilu.

Bawaslu Kota Yogyakarta sendiri dibentuk secara resmi pada tanggal 16 Agustus 2018. Kedudukan Panwaslu tingkat kabupaten/kota telah berubah menjadi Bawaslu tingkat kabupaten/kota. Bawaslu berdiri berdasarkan keputusan Perpres Nomor 68 Tahun 2018 tentang kedudukan, tugas, fungsi, wewenang, organisasi dan tata kerja Sekretariat Jenderal Badan Pengawas Pemilu, Sekretariat Badan Pengawas Pemilu Provinsi dan Sekretariat Badan Pengawas Pemilu kabupaten/kota. Sebagai Ibu Kota Provinsi

Yogyakarta, Kota Yogyakarta memiliki luas 32,5 Km² atau 1,02 % dari luas wilayah provinsi. Memiliki penduduk sebanyak 427.801 jiwa (2018) dengan pemilih pada pemilu tahun 2019 mencapai 309.469 jiwa, belum termasuk pemilih tambahan. Ruang lingkup wilayah kerja Bawaslu Kota Yogyakarta mencakup 14 kecamatan dan 45 kelurahan.



Gambar 1. 1 Peta Batas Administrasi Kota Yogyakarta Berdasarkan Kecamatan

Dalam menjalankan tugas, wewenang dan kewajibannya, Bawaslu Kota Yogyakarta menjalin komunikasi dengan berbagai institusi/lembaga/organisasi di daerah dalam mewujudkan pemilu yang berintegritas dan berkualitas serta upaya preventif dalam untuk mencegah adanya dugaan pelanggaran pemilu.

Melansir dari buku Indeks Kerawanan Pemilu (IKP) 2024 yang diterbitkan oleh Bawaslu Republik Indonesia, laporan IKP Provinsi Yogyakarta pada tahun 2019 dengan kerawanan pemilu diatas rata-rata nasional, yaitu dengan skor (52,14) Sementara di tahun 2024, skor IKP Yogyakarta mendapatkan skor (43,02). Dengan demikian, Provinsi Yogyakarta mengalami penurunan skor IKP sebanyak (9,12) disepanjang tahun 2024.



Gambar 1. 2 Data Visualisasi IKP 2024 Provinsi Yogyakarta

Pada Laporan Akhir Komprehensif Hasil Pengawasan 2019 Bawaslu Kota Yogyakarta silam, terjadi adanya laporan dugaan pelanggaran pemilu di wilayah kerja Bawaslu Kota Yogyakarta yang meliputi jenis dugaan pelanggaran yakni, dugaan pelanggaran administratif, kode etik, pidana pemilu, dan regulasi lainnya. Sepanjang

tahun 2019, laporan dugaan pelanggaran administratif sebanyak lima laporan, dimana dugaan laporan administratif ini terjadi di masa tahapan pendaftaran partai politik. Laporan dugaan pelanggaran kode etik berjumlah satu laporan pada saat tahapan pencalonan anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi. Pada dugaan laporan pidana pemilu terjadi dua pelanggaran, dugaan laporan pidana pemilu ini terjadi pada tahapan masa kampanye tertutup dan masa tenang. Sedangkan dugaan pelanggaran regulasi lainnya mendapati satu laporan yang terjadi pada masa kampanye.

Maka dari itu, masyarakat turut ambil peran dalam pengawasan partisipatif demi terciptanya pemilu yang damai. Hal ini diperkuat dengan UU No 7 tahun 2017 tentang pemilu pada Pasal 102 ayat (1) huruf (d) dituliskan bahwa tugas Bawaslu kabupaten/kota adalah meningkatkan pengawasan partisipatif masyarakat pemilu di wilayah kabupaten/kota. Bawaslu Kota Yogyakarta yang memiliki ruang lingkup di wilayah kabupaten/kota, perlu memberikan sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang sudah dibahas sebelumnya, maka dapat ditentukan rumusan masalah pada penelitian ini ialah *“Bagaimana strategi komunikasi Bawaslu Kota Yogyakarta dalam sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu 2024?”*

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Bawaslu Kota Yogyakarta dalam sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu 2024.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna serta bermanfaat secara teoritis guna pengembangan keilmuan di bidang komunikasi, terkhususnya pada kajian strategi komunikasi, komunikasi publik, serta komunikasi media.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para pembaca dalam mengembangkan dan menelaah lebih dalam mengenai strategi komunikasi Bawaslu Kota Yogyakarta dalam sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu 2024 serta juga dapat memberikan informasi kepada pihak Bawaslu Kota Yogyakarta terkait keefektifan strategi komunikasi Bawaslu Kota Yogyakarta dalam sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu 2024.

E. Fokus Penelitian

Menjelang pemilu 2024, semua pihak turut ambil peran untuk mempersiapkan diri lebih baik agar nantinya pemilu dapat berjalan dengan lancar, transparan, jujur, kondusif, adil, berintegritas tinggi, serta efektif dan efisien.

Adanya strategi komunikasi yang tepat berguna untuk meraih kesuksesan menjelang pemilu 2024. Adanya pemilu, terkhususnya pemilu bakal calon presiden dan wakil presiden selalu menjadi berita hangat di seluruh elemen masyarakat. Berita mengenai pemilu selalu menjadi topik pembicaraan, terkhususnya di

media sosial. Strategi komunikasi apa yang akan digunakan Bawaslu Kota Yogyakarta dalam sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu 2024 menarik untuk diteliti lebih dalam.

Hal tersebut menjadi fokus penelitian alasan mengapa peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Bawaslu Kota Yogyakarta dalam sosialisasi pengawasan partisipatif menjelang pemilu 2024. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Strategi Komunikasi Bawaslu Kota Yogyakarta Dalam Sosialisasi Pengawasan Partisipatif Pemilu 2024”

F. Kajian Pustaka

1. Kerangka Teori

a. Strategi Komunikasi

Menurut (Arifin, 2011) langkah strategis yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi adalah menciptakan kebersamaan antara komunikator dan khalayak (rakyat) dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang homofili. Hal tersebut diperlukan agar

komunikator dapat melakukan empati. Untuk menciptakan homofili dan melakukan empati melalui persamaan kepentingan tersebut, komunikator harus terlebih dahulu mengenal, mengerti, dan mengenal daya tangkal dan daya serap khalayak, baik yang bersifat psikologis maupun bersifat sosio-kultural. Adapun langkah-langkah strategis komunikasi sebagai berikut:

1) Memahami Khalayak

Komunikasi yang disampaikan kepada khalayak atau individu yang selalu berinteraksi dan berinterelasi dengan individu lainnya dalam suatu wadah yang disebut masyarakat. Masyarakat yang menerima bentuk dan isi pesan yang harus disusun oleh komunikator dapat menentukan bahwa pesan tersebut dapat diterima oleh masyarakat.

Khalayak merupakan salah satu unsur dari rangkaian komunikasi. Oleh karena itu, khalayak tidak bisa diabaikan dikarenakan berhasilnya suatu proses dalam berkomunikasi sangat ditentukan oleh khalayak (Cangara, 2016). Khalayak bisa juga disebut sebagai dengan

sebutan penerima pesan sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, hadirin, decoder, atau komunikan. Bagi komunikator, komunikasi dapat berjalan dengan berhasil apabila pesan yang disampaikan melalui media dapat diterima, dipahami, dimengerti, serta ditanggapi secara positif oleh khalayak yang dalam artian harapan yang ingin dicapai oleh komunikator (Sendjaja et al., 2014).

Khalayak adalah penerima pesan (*receiver*) yang dikirimkan oleh sumber atau komunikator dengan menggunakan media. Dalam studi komunikasi, khalayak bisa berupa individu, kelompok, ataupun masyarakat. Khalayak media massa modern memiliki ciri-ciri yang sama, akan tetapi sangat berbeda dalam beberapa hal. Khalayak media massa tertarik pada kebutuhan konten untuk memenuhi kepuasan dengan alih-alih berbentuk dalam tanggapan terhadap pertunjukkan atau ketertarikan secara berkala (McQuail, 2012). Khalayak massa (*mass audience*) merupakan suatu bentuk sosial masyarakat yang memiliki ciri; beberapa orang dalam skala besar, tersebar luas, tidak saling

berinteraksi, tidak bernama, heterogen, tidak terorganisasi, dan merupakan objek yang dapat diatur atau dimanipulasi (McQuail, 2005).

2) Menyusun Pesan Persuasif

Setelah memahami khalayak, langkah selanjutnya adalah menyusun pesan persuasif. Pesan yang akan disampaikan untuk memengaruhi khalayak harus disusun dengan baik dan tepat agar mencapai tujuan yang diinginkan.

Menurut (Berger, 1997) teori perencanaan dikembangkan sebagai jawaban atas gagasan bahwa dalam proses komunikasi itu mempunyai tujuan. Rencana kognitif memberikan panduan yang penting dalam menyusun pesan dan menyebarkan pesan-pesan tersebut untuk mencapai suatu tujuan. Penyusunan pesan yang canggung memungkinkan pelaku komunikasi mencapai tujuan mereka dengan lebih banyak dan lebih efisien. Sehingga kompetensi dalam proses komunikasi sangat bergantung pada kualitas rencana pesan individu. Oleh karena itu, perencanaan dalam menyusun pesan menjadi

perhatian utama dalam komunikasi yang bersifat sangat penting dalam meraih tujuan.

Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan persuasif ialah menentukan tema dan materi yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Syarat utama dalam memengaruhi khalayak dari pesan yang ingin disampaikan ialah mampu untuk membangkitkan perhatian lalu mengambil tindakan.

3) Menetapkan Metode

Langkah strategis ketiga dalam upaya mencapai tujuan komunikasi ialah memilih metode penyampaian dan menyusun isi pesan yang sesuai. Pemilihan metode dan media harus juga disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas, dan biaya. Adapun beberapa metode komunikasi yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak (Arifin, 1994), diantaranya:

a) *Redundancy*, yaitu metode yang digunakan sebagai upaya memengaruhi secara berulang-ulang isi pesan kepada khalayak sehingga pesan tersebut akan lebih menarik perhatian.

b) *Canalizing*, yaitu metode yang digunakan agar khalayak pada awalnya dapat menerima pesan yang dilontarkan kepadanya oleh komunikator yang secara perlahan-lahan dapat mengubah pemikiran sikap khalayak ke arah yang dikehendaki oleh komunikator.

c) *Informative*, yaitu metode yang digunakan untuk bertujuan memengaruhi khalayak dengan cara memberikan informasi fakta atau menuntun khalayak ke arah suatu pendapat yang dapat dipertanggung-jawabkan.

d) *Persuasive*, yaitu metode yang digunakan untuk memengaruhi khalayak dengan cara membujuk.

e) *Educative*, yaitu metode yang digunakan untuk mendidik dari suatu pernyataan yang dilontarkan, yang dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta, dan pengalaman.

f) *Coersive*, yaitu metode yang digunakan untuk memengaruhi khalayak dengan cara memaksa sehingga khalayak dapat

menerima isi pesan tanpa perlu berpikir lebih panjang.

4) Memilah dan Memilih Media

Penggunaan media dalam komunikasi perlu dipilah dan dipilih dengan cermat untuk menyesuaikan dengan kondisi dan situasi khalayak. Seluruh media dapat digunakan karena bertujuan untuk membentuk dan membina khalayak. Memilah dan memilih media merupakan seleksi dalam media yang akan digunakan, apakah tanpa menggunakan media elektronik (*Face-to-Face Communication*) atau menggunakan media elektronik (*Computer-Mediated Communication*).

b. Sosialisasi

(Buhler, 1986) Sosialisasi dapat diartikan sebagai proses yang membantu seseorang melalui belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup dan bagaimana cara berpikir kelompoknya agar dapat berperan dan berfungsi bagi kelompoknya. Dalam sosialisasi, perkembangan individu-individu akan selalu nampak

dikarenakan mereka dapat mengimplementasikan pengalaman-pengalaman baru dari perkembangan yang ada disekitarnya serta berjalan terus dengan segala daya imitasinya.

Menurut (Soekanto, 2006) sosialisasi ialah proses komunikasi kebudayaan kepada masyarakat yang baru. Soekanto mendefinisikan sosialisasi secara luas sebagai proses dimana masyarakat dididik untuk mengenal, memahami, mematuhi, serta menghargai norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku di dalam masyarakat. Secara khusus, sosialisasi mencakup suatu proses dimana masyarakat mempelajari kebudayaan, mengendalikan diri serta mempelajari peranan-peranan dalam kehidupan bermasyarakat. Sosialisasi dapat berlangsung secara tatap muka dan dapat dilakukan dalam jarak tertentu melalui sarana media, surat-menyurat, serta dapat berlangsung secara formal maupun informal, baik yang disengaja maupun tidak disengaja.

c. Pengawasan Partisipatif Pemilu

(Huntington, 1997) menyebut pemilu sebagai alat serta tujuan demokratisasi. Dalam gelombang

ketiga demokratisasi pemilu menjadi suatu cara untuk memperlemah dan mengakhiri rezim-rezim otoriter. Penyebutan ini tercipta dari kenyataan tumbanganya penguasa-penguasa otoriter akibat dari pemilu yang disponsori oleh mereka sendiri karena mencoba memperbarui legitimasi melalui pemilu.

(Heywood, 2002) mendefinisikan pemilu sebagai jalan dua arah yang disediakan untuk pemerintah dan rakyat, elit dan massa dengan kesempatan untuk saling memengaruhi. Sebagai jalan dua arah, fungsi pemilu secara garis besar terumuskan dalam dua perspektif, yaitu bottom-up dan top-down. Dalam perspektif bottom-up, pemilu dilihat sebagai sara politisi yang dapat dipanggil untuk bertanggungjawab dan ditekan untuk mengantarkan bagaimana kebijakan tersebut merefleksikan opini dari publik. Sedangkan dalam perspektif *top-down*, pemilu dilihat sebagai sarana elit untuk melakukan kontrol terhadap rakyat agar tetap tanpa gerak (*quiescent*), dapat ditundukkan (*governable*).

(Reynolds et al., 2008) menyatakan pemilu adalah instrumen politik yang dapat dibentuk secara spesifik. Artinya ialah pemilu dapat direncanakan sedemikian rupa untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, meskipun ada kecenderungan-kecenderungan tertentu sistem pemilu yang dianut oleh sebuah negara dan kecenderungan itu tergantung pada jenis praktek demokrasi.

Pemilu tidak hanya sekedar ajang seremonial politik saja yang mengabaikan partisipasi politik saja, akan tetapi masyarakat juga menjadi subjek dalam proses pemilu. Pengawasan partisipatif yang dilakukan untuk mewujudkan masyarakat yang aktif dalam mengikuti perkembangan pembangunan yang demokrasi. Dimana peran pengawasan juga menjadi sarana pembelajaran politik yang baik bagi masyarakat pemilih.

Salah satu misi Bawaslu ialah mendorong pengawasan partisipatif berbasis masyarakat sipil. Adanya keterlibatan masyarakat dalam pengawasan pemilu haruslah terlebih dahulu melalui proses sosialisasi dan transfer ilmu

pengetahuan dan keterampilan pengawasan pemilu dari pengawas pemilu kepada masyarakat. Bagi masyarakat, dengan terlibatnya dalam pengawasan pemilu secara langsung, masyarakat dapat mengikuti dinamika politik yang terjadi dan secara tidak langsung juga belajar tentang penyelenggaraan pemilu dan semua proses yang sedang berlangsung. Sedangkan dari sisi penyelenggara pemilu, kehadiran masyarakat yang sangat masif secara psikologis akan mengawal dan mengiatkan mereka untuk selalu senantiasa berhati-hati, jujur dan adil dalam menyelenggarakan pemilu. Dengan demikian, dari sisi penyelenggara pemilu, pengawas, pemantau, peserta, dan sejumlah pihak yang terkait dalam pemilu dapat belajar sesuai dengan peran latar belakangnya masing-masing.

2. Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun objek penelitiannya ialah Bawaslu Kota Yogyakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Teknik validasi data (uji keabsahan) yang melalui pendekatan secara triangulasi.

PEMBAHASAN

1. MEMAHAMI KHALAYAK

Bawaslu Kota Yogyakarta dalam memahami khalayak mengadakan rapat internal, terkhususnya pada divisi humas dan juga bekerja

sama bersama *stakeholder* terkait dalam pemahaman khalayak.

2. MENYUSUN PESAN PERSUASIF

Dalam menyusun pesan persuasif, Bawaslu Kota Yogyakarta menarik perhatian tentang pentingnya peran masyarakat dalam mengawasi proses pemilu. Selanjutnya tindakan yang diambil Bawaslu Kota Yogyakarta dalam menarik perhatian khalayak adalah melalui sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu 2024.

3. MENETAPKAN METODE

a. Redundancy

Bawaslu Kota Yogyakarta memengaruhi khalayak menggunakan metode *redundancy* dengan cara berulang-ulang melalui sosialisasi. Pesan yang disampaikan melalui sosialisasi berkaitan dengan pengawasan partisipatif pemilu yang diadakan secara tatap muka secara langsung di lapangan. Kegiatan sosialisasi ini juga dimuat dalam media sosial Bawaslu Kota Yogyakarta. Sosialisasi yang dilakukan secara berulang-ulang tersebut juga akan mudah dan melekat dipikiran

khalayak, sehingga khalayak dapat terpengaruh untuk berpartisipasi dalam pengawasan pemilu

b. Canalizing

Bawaslu Kota Yogyakarta memengaruhi khalayak menggunakan metode *canalizing* dengan cara memahami dan meneliti melalui sosialisasi. Pesan yang disampaikan melalui sosialisasi berkaitan dengan pengawasan partisipatif pemilu yang disasarkan kepada kelompok-kelompok masyarakat rentan, pemuda, dan sekolah.

c. Informative

Bawaslu Kota Yogyakarta memengaruhi khalayak menggunakan metode *informative* dengan cara memberikan pesan yang faktual berupa data-data terkait kepemiluan yang berada di wilayah Kota Yogyakarta. Melalui PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi), masyarakat dapat mengakses pesan yang informatif yang diberikan kepada publik, seperti informasi berkala, informasi serta merta, informasi setiap saat, dan informasi dikecualikan.

d. Persuasive

Bawaslu Kota Yogyakarta memengaruhi khalayak menggunakan metode *persuasive* dengan cara membujuk dalam hal positif dengan membangun diskusi dalam sosialisasinya. Masyarakat yang belum mengerti terkait pengawasan partisipatif pemilu akan diberikan informasi terkait hal tersebut. Menyampaikan fakta dan data yang ada dilapangan akan menggugah masyarakat untuk lebih peduli. Seperti memberikan bagaimana tahapan-tahapan yang harus dilakukan masyarakat jika menemui dugaan adanya pelanggaran pemilu dan bagaimana mekanisme yang berjalan.

e. Educative

Bawaslu Kota Yogyakarta memengaruhi khalayak menggunakan metode *educative* dengan cara mendidik, salah satunya ialah melalui produk layanan berupa sekolah demokrasi, dan kelas demokrasi. Bawaslu Kota Yogyakarta bersama Bakesbangpol memberikan pendidikan politik kepada sasaran khalayak sekolah demokrasi dan kelas demokrasi dalam sosialisasinya.

f. Coercive

Bawaslu Kota Yogyakarta tidak memengaruhi khalayak menggunakan metode *Coercive* dengan cara memaksa dalam sosialisasinya. Dalam sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu, Bawaslu Kota Yogyakarta lebih menekankan kepada masyarakat agar tidak mudah terprovokasi, serta menghindari dan melaporkan kepada Bawaslu Kota Yogyakarta jika ditemukan dugaan pelanggaran pemilu, seperti money politik, black campaign, menyebarkan berita hoaks, maupun intimidasi dari pihak tertentu.

4. MEMILAH DAN MEMILIH MEDIA

Untuk memilah dan memilih media, Bawaslu Kota Yogyakarta dalam sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu 2024 lebih efektif tanpa menggunakan media (*face-to-face communication*) dibandingkan dengan menggunakan media elektronik (*computer-mediated communication*). Hal ini dikarenakan lebih efektif berbicara dengan masyarakat tanpa menggunakan media dalam menyampaikan isi pesan dan dapat langsung melihat respons dari

masyarakat tentang pentingnya partisipasi masyarakat dalam mengawasi pemilu 2024.

KESIMPULAN

Berdasarkan data hasil dan pembahasan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka dapat diketahui kesimpulannya adalah langkah pertama strategi komunikasi memahami khalayak dalam sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu 2024 yang dilakukan oleh Bawaslu Kota Yogyakarta yaitu, mengadakan sosialisasi bersama kelompok-kelompok masyarakat rentan dan pemilih pemula. Langkah selanjutnya ialah dalam menyusun pesan persuasif, Bawaslu Kota Yogyakarta melibatkan stakeholder untuk bersinergi bersama mengajak masyarakat untuk berperan mengawasi proses pemilu di tahun 2024. Langkah yang ketiga dalam menetapkan metode yang efektif dilakukan oleh Bawaslu Kota Yogyakarta dalam sosialisasi pengawasan partisipatif pemilu 2024, yaitu *redundancy*, *informative*, dan *educative*. Sedangkan langkah terakhir Bawaslu Kota Yogyakarta dalam memilah dan memilih media

yaitu secara komunikasi tatap muka (*Face-to-Face Communication*) tanpa menggunakan media elektronik (*Computer-Mediated Communication*).

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia* (2nd ed.). Graha Ilmu.
- Bawaslu. (2023). *Pemilu Dan Pemilihan Serentak. Indeks Kerawanan Pemilu Dan Pemilihan Serentak 2024*, 1–23.
- Berger, C. R. (1997). *Planning Strategic Interaction: Attaining Goals Through Communicative Action* (1st ed.). Routledge.
- Bogdan, R., & Biklen, S. K. (1982). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory Methods*. Allyn & Bacon.
- Buhler, C. (1986). *Psychology for Contemporary Living*. Dell Publishing.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (2nd ed.). Rajagrafindo Persada.

- Dila Novita, A. F. (2020). Peningkatan Partisipasi Pemilih Milenial: Strategi Komunikasi Dan Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum Pada Pemilu 201. *Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa Dan Budaya*, 7(2), 56–84.
<https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/makna/article/view/2182>
<https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/makna/article/download/2182/1744>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (28th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. Mc Graw Hill.
- Heywood, A. (2002). *Politics*. Palgrave Macmillan.
- Huntington, S. P. (1997). *Gelombang Demokratisasi Ketiga*. Pustaka Utama Grafiti.
- Lunandi, A. . (1992). *Komunikasi Mengena: Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi*. Kanisius.
- Margono, S. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publishing.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi* (1st ed.). Remaja Rosdakarya.
- Patton, M. Q. (2009). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Pustaka Pelajar.
- Primadi, A., Efendi, D., & Sahirin, S. (2019). Peran Pemilih Pemula Dalam Pengawasan Pemilu Partisipatif. *Journal of Political*

- Issues, 1(1), 63–73.
<https://doi.org/10.33019/jpi.v1i1.7>
- Reynolds, A., Reilly, B., & Ellis, A. (2008). Electoral System Design: The New International IDEA Handbook. International Institute for Democracy and Electoral Assistance.
- Sari, D. N. (2019). Strategi Komunikasi Bawaslu Riau Dalam Meningkatkan Kinerja Pengawasan Pada Pemilu 2019. 3787. <https://repository.uin-suska.ac.id/23784/>
- Sekretariat Bawaslu Kota Yogyakarta. (2019). Laporan Akhir Komprehensif Hasil Pengawasan 2019 Bawaslu Kota Yogyakarta. 32.
- Sendjaja, S. D., Rahardjo, T., Pradekso, T., & Sunarwinandi, I. R. (2014). Teori Komunikasi (3rd ed.). Universitas Terbuka.
- Soekanto, S. (2006). Sosiologi: Suatu Pengantar. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (25th ed.). Alfabeta.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2007). Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet. Sage Publishing.
- Wursanto, I. (2005). Dasar-Dasar Ilmu Organisasi. Andi Offset.