

Analisis Strategi Pemanfaatan Media Komunikasi KPU Kota Makassar dalam Meningkatkan Partisipasi pemilih pada Pilkada Serentak tahun 2020

Sri Pratiwi Kasim^{1*}, Alem febri Sonni², Muhammad farid³
Department of Communication Science of Hasanuddin University
*Email Korespondensi: wiekasim@gmail.com

Abstrak

Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah serentak tahun 2020 menjadi Pilkada pertama yang dilaksanakan dimasa Pandemi Covid-19. Aturan serta kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah dalam menanggulangi penyebaran Covid-19 menjadi tantangan terbesar bagi Komisi Pemilihan Umum sebagai penyelenggara pilkada dalam menghadapi terpaan isu akan rendahnya minat masyarakat untuk hadir dan menggunakan hak pilihnya di TPS. Dalam meningkatkan partisipasi pemilih, KPU Kota Makassar yang juga penyelenggara pilkada menghadapi tantangan tersebut dengan menggunakan strategi melalui pemanfaatan media komunikasi. Media Komunikasi telah banyak dimanfaatkan untuk menunjang pelaksanaan sosialisasi dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilihan kepala daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang digunakan KPU Kota Makassar dalam memanfaatkan media komunikasi guna meningkatkan partisipasi pemilih pada Pilkada Serentak tahun 2020 yang dilaksanakan dimasa Pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Penelitian ini melakukan Teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa strategi yang dilakukan melalui pemanfaatan media komunikasi oleh KPU kota Makassar dapat memaksimalkan pelaksanaan tahapan sosialisasi di masa pandemi melalui berbagai bentuk media sosial sehingga dapat mendongkrak minat pemilih untuk berpartisipasi dalam pilkada serentak tahun 2020. Meskipun partisipasi pada pemilihan Walikota Makassar cenderung aktif tetapi perlu di tingkatkan lagi pendidikan politik dan sosialisasi politik terhadap masyarakat agar informasi mengenai pemilihan bisa sampai kepada seluruh kalangan masyarakat bukan saja utuk kalangan milenial. Sebaiknya KPU kota Makassar bias melakukan sosialisasi ke setiap RT untuk menarik partisipasi pemilih kedepannya.

Kata Kunci: Pilkada Serentak, Strategi Komunikasi, Partisipasi Pemilih

Abstract

The simultaneous regional head elections in 2020 will be the first regional elections to be held during the Covid-19 pandemic. The rules and policies set by the government in tackling the spread of Covid-19 are the biggest challenge for the General Elections Commission as the organizer of the regional election in dealing with the issue of low public interest in attending and exercising their right to vote

at polling stations. In increasing voter participation, the Makassar City KPU, which is also the organizer of the regional election, faces these challenges by using a strategy through the use of communication media. Communication media has been widely used to support the implementation of socialization in increasing voter participation in regional head elections. This study aims to analyze the strategy used by the Makassar City KPU in utilizing communication media to increase voter participation in the 2020 Simultaneous Regional Elections held during the Covid-19 Pandemic. The method used in this study is a qualitative descriptive method with data collection carried out by observation, interviews and documentation studies. This research conducted The informant selection technique used purposive sampling. The results of this study found that the strategy carried out through the use of communication media by the Makassar City KPU could maximize the implementation of the socialization stages during the pandemic through various forms of social media so that it could boost voter interest to participate in the simultaneous regional elections in 2020. Although participation in the Makassar Mayor election tends to active but it is necessary to improve political education and political socialization to the community so that information about elections can reach all levels of society, not only for millennials. It is recommended that the Makassar City KPU be able to disseminate information to each RT to attract voter participation in the future.

Keywords: *Simultaneous Pilkada, Communication Strategy, Voter Participation*

PENDAHULUAN

Seluruh dunia tidak terkecuali Indonesia telah dilanda Pandemi Covid-19 sejak Desember 2019. Kasus pertama yang masuk ke Indonesia terkonfirmasi di Maret 2020 dan mendapat respon pemerintah Indonesia melalui penetapan status sebagai bencana nasional pada tanggal 14 Maret yang dituangkan dalam Keputusan presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non Alam penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Banyaknya masalah serta tantangan yang tengah dihadapi masyarakat tentunya tidak hanya dari segi kesehatan tetapi mencakup seluruh aspek kehidupan masyarakat khususnya ekonomi, pendidikan, sosial hingga aspek politik termasuk dalam penyelenggaraan pemilihan baik pemilu maupun pilkada (Mukarom, Zaenal. 2020).

Berbagai masalah yang ditimbulkan oleh Pandemi Covid-19 yang berimbas pada aspek politik adalah pada penetapan agenda pelaksanaan Pilkada Serentak tahun 2020. Pelaksanaan pilkada yang awalnya akan diselenggarakan di 23 September 2020 yang diikuti 270 Daerah yang terbagi 9 Provinsi, 224 kabupaten dan 37 Kota termasuk salah satunya Kota Makassar akhirnya mengalami penundaan. Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah pengganti Undang-Undang (Perppu) No. 2 tahun 2020 memutuskan untuk menjadwalkan ulang Pilkada pada bulan Desember². Pandemi ini tentunya menjadi tantangan dalam penyelenggaraan pilkada yang mendesak pengambil kebijakan termasuk didalamnya para penyelenggara pemilihan agar membuat berbagai Langkah kebijakan, strategi

serta aturan bagaimana melaksanakan pilkada agar tetap berjalan baik dan meyakinkan setiap tahapan pilkada yang berjalan bisa tetap terlaksanakan di tengah penyebaran Covid-19.

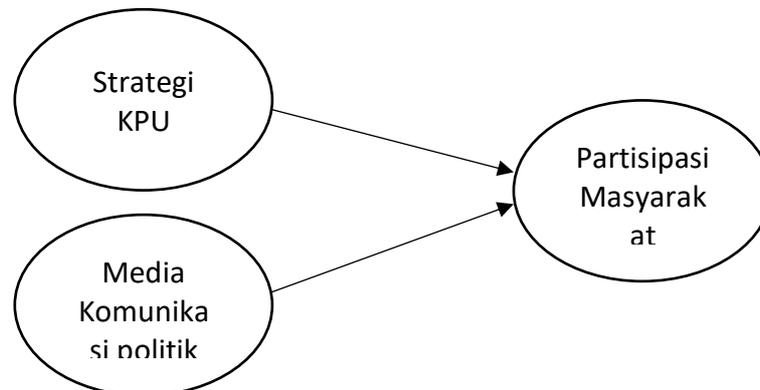
Berdasarkan Laporan sosialisasi KPU Kota Makassar, jumlah partisipasi pemilih pada Pilkada di Kota Makassar sering kali rendah dan berada dibawah angka yang telah ditargetkan. Pada tahun 2013 jumlah partisipasi pemilih berada di angka yaitu 59,94% dan di tahun 2018 jumlah partisipasi pemilihnya turun menjadi 58,98%, dimana pelaksanaan Pilkada serentak tersebut dilakukan dalam situasi dan kondisi normal serta tidak di tengah bencana nonalam seperti Pandemi Covid-19. Sedangkan Pilkada serentak tahun 2020 mengalami kenaikan dan berada diangka 58,33%. Sekalipun tidak mencapai angka yang ditargetkan sebelumnya yakni 77,5%, namun tingkat partisipasi pemilih ditahun tersebut mengalami kenaikan. Kenaikan ini pun diluar prediksi karena Pilkada tersebut dilaksanakan ditengah bencana non alam Pandemi Covid-19 dan ini tentunya dalam kondisi yang berbeda dengan situasi pada saat Pilkada di tahun-tahun sebelumnya

Adanya kenaikan pada angka partisipasi pemilih ini tentunya tidak lepas dari strategi penggunaan media sebagai sarana utama bagi KPU Kota Makassar dalam melakukan sosialisasi peningkatan partisipasi masyarakat di masa pandemic (Haryono, 2019). Media yang digunakan berupa media massa dan media sosial juga dengan menggandeng dua influencer ternama kota Makassar untuk menarik minat masyarakat agar tetap menggunakan hak pilihnya dimasa Pandemi Covid-19 (Andriani et al., 2019) . Hal ini menarik dari perspektif komunikasi untuk dikaji mengenai upaya KPU Kota Makassar dalam menyebarluaskan tahapan pelaksanaan Pilkada dengan memanfaatkan media massa dan media sosial.

Berdasarkan hal di atas, penelitian ini akan meriset “**Analisis Strategi Pemanfaatan Media Komunikasi Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Pemilih oleh KPU Kota Makassar pada Pilkada Serentak Tahun 2020 dimasa Pandemi Covid -19**”.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif sendiri bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat individu, keadaan, gejala ataupun frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dengan gejala lainnya dalam masyarakat (Gleko et al., 2017). Adapun pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Kota Makassar yang berpusat di Kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Makassar, Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yakni observasi, wawancara mendalam dan studi pustaka. berupa sumber data tertulis serta referensi-referensi yang relevan dengan penelitian Sumber data primer yang digunakan bersumber dari hasil wawancara mendalam dengan informan. Dan sumber data sekunder diperoleh melalui telaah pustaka, Penelitian menggunakan teknik analisis menggunakan analisis data model interaktif Miles dan Huberman (Huberman, 2009:129) dengan tiga proses interaktif, yakni Reduksi data, Model data, Penarikan kesimpulan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

H1: Strategis KPU Kota Makassar Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Pilkada Serentak tahun 2020 dimasa Pandemi.

H2: Pemanfaatan Media Komunikasi KPU Kota Makassar dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Pilkada Serentak tahun 2020 dimasa Pandemi

HASIL PENELITIAN

Partisipasi politik serentak merupakan sesuatu yang menanggung resiko yang cukup tinggi mengingat pemerintah gencar-gencarnya melakukan pencegahan virus corona termasuk dimakassar yang masih kategori zona merah sehingga penyelenggaraan pilkada menuai pro dan kontra, karena hal tersebut dianggap dapat membahayakan kesehatan masyarakat, dikuatirkan akan terjadi claster baru dalam penularan covid 19, faktanya Covid-19 telah menelan banyak nyawa begitu banyak di seluruh dunia (Pulungan et al., 2020).

Kondisi Indonesia dianggap belum siap untuk menyelenggarakan pilkada tersebut karena masyarakat Indonesia masih banyak yang belum mematuhi protokol kesehatan. Makassar adalah salah satu wilayah penyelenggara pilkada yang mengalami penigkatan kasus postif Covid-19 (Darmawan et al., 2018). Kasus harian sebelum pilkada maksimal 150 kasus, setelah pilkada mengalami peningkatan kasus postif Covid-19 di angka 300 kasus berada pada zona merah ketika itu. Pemilihan Walikota Makassar membuktikan bahwa pandemi Covid-19 yang terjadi tidak menyurutkan semangat masyarakat untuk ikut memberikan hak suara mereka pada pemilihan Walikota Makassar tahun 2020, partisipasi pemilih di pemilihan Walikota Makassar ini menandakan kesadaran politik masyarakat dengan ikut berpartisipasi pada pemilihan tersebut melihat dari data partisipasi pemilih yang dikeluarkan oleh KPU kota Makassar, angka partisipasi pemilih pada pemilihan Walikota Makassar tahun 2018 rendah di dibandingkan dari tahun 2020.

Partisipasi masyarakat setelah pemilihan Walikota Makassar diselenggarakan data KPU Kota Makassar, ternyata partisipasi masyarakat justru terjadi peningkatan pada pemilihan Walikota Makassar tahun 2020, Dalam dokumen yang dikeluarkan oleh KPU kota Makassar (2018-2020) disebutkan bahwa pada pemilihan Walikota Makassar tahun 2018 tingkat partisipasi pemilih yaitu, tercatat daftar pemilih sebanyak 990.836 dengan pengguna suara sebanyak 584.406 (58,98%), sedangkan pada pemiihan Walikota Makassar tahun 2020

tingkat partisipasi pemilih yaitu, tercatat daftar pemilih sebanyak 921.696 dengan pengguna suara 537.585 (59,66%) (KPU Kota Makassar).

Partisipasi masyarakat Walikota Makassar tahun 2020 mengalami peningkatan sedangkan pelaksanaannya diselenggarakan di masa pandemi covid-19. Pilkada tersebut terlaksana sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) untuk mencegah terjadinya kerumunan pada saat pemilihan di TPS (Tempat Pemungutan Suara) sebagai bentuk pencegahan penyebaran Covid-19 dan juga dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang berlaku.

Berdasarkan hasil temuan data peneliti di lapangan bahwa strategi KPUD Kota Makassar Dalam Menghadapi Pilkada Serentak Masa Pandemi Covid 19 yaitu:

a. Upaya strategis KPU Kota Makassar Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Pilkada Serentak tahun 2020 dimasa Pandemi.

1. Meninjau Update (terkini) perkembangan Peta Sebaran Covid 19 Di Kota Makassar

Menyelenggarakan pilkada di masa pandemi, penting untuk meninjau terus update berbasis data perkembangan covid 19. Ada empat yang terus ditinjau terhadap data perkembangan Covid 19, pertama tingkat penambahan penderita, kedua tingkat kematian, ketiga tingkat penyembuhan, keempat sebaran Covid 19. Empat indikator tersebut dapat dijadikan acuan dalam penyelenggaraan pilkada di masa pandemi Covid 19 (Hasibuan et al., 2018).

Dari ke empat indikator itu, dapat diambil langkah-langkah strategis terkait keberlanjutan pilkada. Oleh karena itu, data yang selalu update dan dapat dipercaya kevalidannya diperlukan sekali untuk mengambil langkah strategis berikutnya terkait dengan keberlanjutan pilkada. Bagi penyelenggara berkewajiban mewujudkan pilkada yang demokratis dapat tercapai disamping kesehatan dan keselamatan pemilih dapat terlindungi.

Peta perkembangan sebaran covid 19 di Kota Makassar ini menjadi penting sebab, langkah strategi apa yang akan diambil tergantung dari perkembangan sebaran covid 19 ini. Yang terpenting lagi adalah bagaimana pelaksanaan sosialisasi pelaksanaan pemilu di tengah pandemi terkait dengan informasi aturan/protokol kesehatan sampai ke masyarakat.

Sosialisasi pelaksanaan pemilu di tengah pandemi ini ditentukan oleh kesiapan KPUD Kota Makassar sebagai penyelenggara. KPUD Kota Makassar selama ini sangat intens mensosialisasikan pilkada di tengah pandemi dengan mengimbau masyarakat untuk mematuhi aturan/protokol kesehatan, dimulai dari tahap persiapan sampai sampai hari pemungutan suara. Proses sosialisasi itu dengan menggunakan sarana *instagram, youtube, facebook, dan wasttapp*.

2. Memastikan Semua Tahapan Pilkada Harus Mematuhi Protokol Kesehatan

KPU telah merancang Peraturan KPU tentang penyelenggaraan pilkada 2020 di tengah pandemi Covid 19. Protokol kesehatan itu berlaku bagi para

petugas penyelenggara seperti menggunakan pakaian alat pelindung diri (APD), masker, *face shield*, dan *hand sanitizer*, kemudian dalam pelaksanaan tahapannya seperti menjaga jarak dan meminimalisir kerumunan.

Di dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Nomor 6 Tahun 2020 Tentang pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Dan/Atau Wali Kota Dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Non Alam Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dalam pasal 5 ayat (1) Pemilihan Serentak Lanjutan dilaksanakan dengan protokol kesehatan pencegahan dan pengendalian Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dengan memperhatikan kesehatan dan keselamatan penyelenggara Pemilihan, peserta pemilihan, pemilih, dan seluruh pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan Pemilihan. Aturan protokol kesehatan Covid 19.

Dengan memastikan mamatuhi aturan protokol kesehatan adalah langkah untuk memutus mata rantai penyebaran wabah Covid 19. Kondisi pandemi memang tugas berat bagi KPU sebagai penyelenggara. Dapat dipastikan pilkada serentak dengan aturan protokol kesehatan ini memang rumit, sulit dan menghabiskan anggaran yang besar, penyelenggaraan tahapan pilkada saat pandemipun rentan bagi pemilih apalagi bagi penyelenggara pilkada (Surbakti & Supriyanto, 2013).

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Makassar selaku penyelenggara menyakinkan masyarakat untuk tidak takut menyalurkan hak pilihnya di tengah pandemi Covid-19 karena KPU menerapkan protokol kesehatan dalam setiap tahapan pilkada, termasuk ketika memasuki hari pencoblosan. Salah satu bentuk menaati protokol kesehatan, KPU menambah sekitar 200 lebih TPS untuk mencegah terjadinya kerumunan pemilih. Selain itu, KPU kota Makassar juga menerapkan protokol kesehatan standar, seperti memakai masker, menjaga jarak aman, dan menyiapkan tempat mencuci tangan.

Dengan adanya pemberlakuan protokol kesehatan di setiap TPS yang ada oleh KPU membuat masyarakat tidak takut untuk berpartisipasi di tengah pandemi Covid-19 pada pemilihan Walikota Makassar. Hal itu terbukti dengan meningkatnya partisipasi pemilih pada pemilihan Walikota Makassar tahun 2020 dan menandakan bahwa masyarakat tetap antusias datang ke TPS untuk menyalurkan hak pilih mereka.

3. Mengoptimalkan Aturan Kampanye Di Media Masa Selama Covid 19

Munculnya norma baru terkait metode kampanye iklan kampanye di media daring pada peraturan KPU tersebut disebabkan Undang-Undang Pemilu No.7 Tahun 2017 tentang pemilu sudah memuat pengaturan metode kampanye secara daring. Terdapat aturannya dipasal 275 ayat 1 huruf f undang- undang No.7 Tahun 2017 tentang pemilihan umum menyebutkan kampanye pemilu dapat dilakukan melalui iklan di media masa cetak, media masa elektronik dan internet. Sedangkan sampai saat ini belum ada perubahan terhadap UU No,10 Tahun 2016 tentang pilkada. Menariknya bahwa pada pasal 62 ayat 2 PKPU No,6 Tahun 2020 menyatakan

“penayangan iklan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat dilaksanakan selama masa kampanye. Berbeda perlakuannya pada iklan kampanye di media cetak dan media massa elektronik yang ditentukan waktunya, sementara penayangan iklan kampanye di media daring tidak terdapat pengaturan waktunya. Pilkada tahun ini pasangan calon kepala daerah dapat memasang iklan di media daring/online dari awal masa kampanye dan berakhir sampai dimulainya masa tenang (Arniti, 2020).

Mengoptimalkan kampanye di media sosial, perang tagar atau trending topic di twiter, siaran langsung di facebook, atau membuat akun youtube, itu yang disebut dengan peradaban layar yang ditentukan oleh tim kreatif para tim sukses. Para calon harus bisa membuat slogan, kalimat kampanye yang menarik untuk diunggah di media sosial. Slogan yang dibuat itu harus bisa membentuk opini publik. Kalau sudah menjadi opini publik ini akan menjadi keuntungan (Subekti, 2014). Opini publik harus memiliki isu sentral, di masa pandemi para calon harus pandai dan cerdas dalam mengoptimalkan kampanye di media sosial sepanjang tidak ada saling mencermakan nama baik, *hoaks*, ujaran kebencian, dan saling mencari kesalahan antara satu dengan yang lain (berkampanye dengan santun).

Komisi Pemilihan Umum memberikan kesempatan luas kepada pasangan calon pilkada 2020 untuk memanfaatkan sosial media sebagai medium kampanye. Cara itu dinilai bisa menjadi solusi di pembatasan pertemuan tatap muka akibat pandemi Covid 19. Media daring sejak hari pertama sampai dengan menjelang pemungutan suara dapat dilakukan oleh pasangan calon. Jika mengacu PKPU 5/2020 tentang tahapan, program dan jadwal masa kampanye berlangsung sejak 26 September hingga masa masa tenang yang jatuh pada 6 Desember 2020. Dengan demikian, kampanye media sosial dapat dilakukan 71 hari. Jadi sepenuh waktu, berbeda dengan media cetak, media elektronik dan seterusnya. Dalam PKPU 5/2020 durasi kampanye di media masa baik cetak, online maupun elektronik, membatasi selama 14 hari yang diluasi pada 22 November dan berakhir 5 Desember atau 14 hari.

Konsistensi KPU Kota Makassar dalam menjalankan aturan membuat terjadinya peningkatan partisipasi pada pemilihan Walikota Makassar, Dalam hal ini KPU sebagai penyelenggara berperan penting sebagai regulator didalam pemilihan Walikota tahun 2020 diselenggarakan dimasa pandemi Covid-19. Selain itu Memaksimalkan rantai sumber daya manusia, Mulai dari PPK, PPS, PPDP dan KPPS dikerahkan untuk terjun bersosialisasi ke masyarakat. Upaya lain yakni Merekrut 25 relawan demokrasi yang tugas utamanya sebagai mitra KPU dalam menjalankan agenda sosialisasi dan pendidikan pemilih hal ini juga termuat didalam undang-undang pemilu.

4. Melibatkan Seluruh Komponen Masyarakat Untuk Meningkatkan Partisipasi Pemilih

Dalam meningkatkan partisipasi pemilih tentu ada upaya yang dilakukan untuk dapat menarik masyarakat ikut berpartisipasi pada

pemilihan umum atau pilkada. Terjadinya peningkatan partisipasi pemilih pada pemilihan Walikota Makassar tidak terlepas dari kinerja KPU kota Makassar untuk meningkatkan partisipasi pemilih di masa pandemi Covid-19. KPU menyadari bahwa untuk meningkatkan partisipasi pemilih dimasa pandemi Covid-19 ini tidaklah mudah, perlu berbagai upaya dilakukan untuk membuat masyarakat sadar akan politik, karena sejatinya sebagai warga negara yang baik mereka harus sadar akan kewajiban mereka sebagai warga negara yang baik dengan memilih pemimpin untuk menentukan nasib kota Makassar kedepannya.

KPU telah melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan partisipasi pemilih dimasa pandemi. KPU membuka ruang bersama para stakeholder untuk mengajak para masyarakat datang ke TPS. Upaya yang dilakukan KPU untuk meningkatkan partisipasi pemilih yaitu dengan melakukan kunjungan pada lembaga- lembaga melakukan sosialisasi untuk mengajak para masyarakat turut berpartisipasi pada pemilihan. KPU selalu menekankan kepada masyarakat kota Makassar bahwa memilih merupakan hak dan kewajiban masyarakat, meskipun dilaksanakan di situasi yang tidak mudah yaitu disituasi pandemi, masyarakat harus tetap sadar akan hak dan kewajibannya (Susanto, 2017).

Merespon situasi pandemi, sosialisasi melalui media sosial kian masif dilakukan. KPU kota Makassar memanfaatkan media sosial untuk sosialisasi secara daring. Dengan menggandeng dua influencer kenamaan Makassar menjadi brand ambassador KPU kota Makassar, Pesan- pesan demokrasi hingga tahapan pemilu dikemas lewat video kreatif oleh kedua influencer Makassar tersebut. Tujuan dari dilakukannya hal tersebut untuk dapat menarik partisipasi pemilih.

Pelibatan tokoh agama dan tokoh masyarakat ataupun para Pendidik seperti Guru atau Dosen, tidak dapat kita pungkiri salah satu variable lain didalam meningkatkan partisipasi pemilih, ucapan para pemuka agama dan masyarakat masih lebih didengar dan diterima oleh semua agama dan kalangan masyarakat. Hal ini karena setiap komunitas manusia selalu memiliki seseorang atau beberapa orang yang memiliki pengaruh yang menentukan pilihannya. Artinya, pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa diproses terlebih dahulu oleh orang-orang yang memiliki pengaruh dalam komunitas sosialnya kemudian diteruskan secara lisan kepada khalayak massa (Anshari, 2013).

b. Pemanfaatan Media Komunikasi KPU Kota Makassar dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Pilkada Serentak tahun 2020 dimasa Pandemi.

Pilkada tahun 2020 yang dilaksanakan di tengah kondisi pandemi Covid – 19 yang tengah melanda dunia dan Indonesia memunculkan hambatan dan rintangan yang tidak pernah di dapatkan dalam Pilkada atau Pemilu sebelumnya. Peran yang dilaksanakan KPU Kota Makassar sebagai penyelenggara dan fasilitator pelaksanaan pilkada 2020, adalah melaksanakan sosialisasi atau penyuluhan kepada masyarakat, baik secara langsung, tatap muka mau- pun melalui media (media massa, media nirmassa, atau media

baru/media sosial) sehingga komunikasi partisipasi politik masyarakat meningkat.

Terkait dengan sosialisasi selama Pilkada tahun 2020, KPU sebenarnya mengeluarkan pedoman terkait dengan pelaksanaan teknis sosialisasi kepada masyarakat. Pedoman sosialisasi KPU ini tertuang pada Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2020. Pada pasal 84 diatur mengenai metode sosialisasi, pendidikan pemilih, dan partisipasi masyarakat dengan menggunakan metode langsung dan tidak langsung. Di mana dalam metode tidak langsung, salah satu media yang dapat digunakan untuk sosialisasi adalah media sosial resmi KPU Provinsi atau Kabupaten/Kota. (Komisi Pemilihan Umum, 2020)

Tingginya pengguna media internet khususnya media sosial memberikan peluang bagi KPU, khususnya KPU di tingkat daerah yang menyelenggarakan Pilkada di daerahnya masing-masing untuk berinovasi (Ghazali, 2004). Kondisi pandemi yang mengharuskan pembatasan kegiatan masyarakat juga menjadi momen bagi KPU kota Makassar memaksimalkan pengelolaan media sosial sebagai salah satu media komunikasi dan sosialisasi pada pelaksanaan Pilkada 2020.

1. Pemilihan Media Massa

a. Televisi

Televisi masih menjadi salah satu diantara media yang paling banyak penggemarnya. Hal ini karena sifatnya yang audio visual dan dapat dimuat berbagai pesan merupakan kelebihan televisi dibandingkan media lainnya. Di televisi juga dapat dibangun persepsi dan citra positif sesuai keinginan komunikatornya. Disseminasi informasi pemilu melalui televisi cenderung lebih efektif dibandingkan media lainnya. Kegiatan diseminasi informasi pemilu melalui televisi sebenarnya tidak hanya untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat semata tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai pendidikan pemilih (voter education) sehingga mereka mengerti tentang hakekat pemilu, bersikap siap kalah siap menang serta tidak melakukan berbagai hal yang dilarang Undang-Undang. Media televisi sebagai media sosial memiliki kapasitas dan kemampuan dalam memengaruhi khalayak terutama dalam membentuk citra politik dan opini publik.

Pemanfaatan stasiun televisi nasional maupun lokal dalam pilkada serentak 2020 utama Kota Makassar bias kita lihat pada pelaksanaan debat kandidat calon walikota dan wakil walikota. Adapun stasiun televisi yang digandeng KPU Kota Makassar yakni Celebes TV dan Metro TV.

b. Radio

Media komunikasi audio yang digunakan KPU Kota Makassar dalam melakukan sosialisasi terkait Pilkada tahun 2020 adalah radio Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar, Radio Gamasi, dan Radio Suara Celebes (SC-FM). yang pendengarnya mayoritas masyarakat Kota Makassar, media ini digunakan untuk menyiarkan informasi terkait Pilkada. Adapun acara yang disiarkan di radio yaitu talkshow yang diisi

oleh komisioner KPU Kota Makassa sebagai narasumber, masyarakat juga dapat berinteraksi dan berdiskusi dalam acara tersebut melalui telpon saat acara tersebut sedang berlangsung.

c. Surat kabar

Surat Kabar menjadi sarana strategis yang dimanfaatkan oleh KPU Kota Makassar dalam mensosialisasikan Pilkada serentak 9 Desember 2020, di tengah pandemi Coronavirus Disease (Covid-19). Surat kabar sebagai agen perubahan menyampaikan informasi yang mengedukasi masyarakat dalam perhelatan Pilkada 2020. Dengan peran media, konsep pilkada serentak 2020 bermartabat akan lebih tersosialisasi ke masyarakat sehingga partisipasi pemilih juga akan meningkat. Peran Media massa dalam kontestasi Pilkada serentak 2020, menjadi sarana pencerahan dan transformasi nilai-nilai kebenaran agar masyarakat dapat melihat secara apa adanya.

Rangkaian informasi mengenai pilkada serentak khususnya pilkada kota makassar kita bias liat pada harian Fajar, Tribun Timur, Sindo, dan beberapa media cetak lainnya.

2. Pemilihan Media Massa

Media social adalah sebuah wadah untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Di media social, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, dan berbagai kegiatan lainnya.

KPU Kota Makassar sebagai penyelenggara tidak tinggal diam dalam menanggapi perkembangan teknologi yang mana menggunakan media untuk mengambil simpati dan mendidik masyarakat terutama anak muda terkait dengan pentingnya ikut berpartisipasi dalam Pilkada Serentak. Adanya penggunaan berbagai media komunikasi yang digunakan KPU dalam sosialisasi merupakan hal yang sangat penting terhadap peningkatan partisipasi masyarakat, penggunaan media sosial, untuk memberikan informasi terkait tahapan pelaksanaan pemilu kepada masyarakat luas.

a. Instagram

b. Facebook

Dalam mengoptimisasi media sosial sebagai media komunikasi dan sosialisasinya, KPU Kota Makassar memanfaatkan 3 media sosial yaitu Instagram, Facebook, dan Youtube sebagai platform komunikasi dan sosialisasinya. Pemaksimalan pengelolaan media sosial sebagai media komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Makassar terlihat dari postingan yang cukup masif selama pelaksanaan Pilkada (Alfiyani, 2018).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Partisipasi Pemilih dan Pandemi Covid-19 (Analisis Strategi Pemanfaatan Media Komunikasi KPU Kota Makassar dalam Meningkatkan Partisipasi pemilih pada Pilkada Serentak tahun 2020), dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan partisipasi pada pemilihan timbulnya kesadaran dari masyarakat masa pandemi untuk berpartisipasi, karena pemilihan merupakan suatu kewajiban dan tanggung jawab masyarakat sebagai warga negara yang baik. Kesadaran itu dikarenakan KPU selaku penyelenggara telah menyiapkan sara protocol kesehatan selain 5K juga diberika sarung tangan. Antusias kandidat untuk menang merupakan usaha dalam peningkatan kesadaran masyarakat untuk ikut dalam pemilihan walikota terlebih lagi KPU selaku penyelenggara yang sosialisasi kepada masyarakat kota Makassar baik melalui offline maupun online.

Melalui sosialisasi daring KPU kota Makassar memanfaatkan sumber daya manusia yang ada untuk melakukan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat. Sedangkan melalui sosialisasi daring, KPU kota Makassar menggunakan media sosial sebagai media untuk melakukan sosialisasi dimasa pandemi. Selain itu, untuk memaksimalkan sosialisasi secara daring, KPU kota Makassar juga menggandeng tokoh agama dan tokoh masyarakat ataupun para Pendidik seperti Guru atau Dosen juga dua influencer kenamaan Makassar menjadi brand ambassador KPU kota Makassar. Pesan- pesan demokrasi hingga tahapan pemilu dikemas lewat video kreatif oleh kedua influencer Makassar tersebut. Tujuan dari dilakukannya hal tersebut untuk dapat menarik partisipasi pemilih.

Berdasarkan dari hasil peneliti memberikan saran meskipun partisipasi pada pemilihan Walikota Makassar cenderung aktif tetapi perlu di tingkatkan lagi pendidikan politik dan sosialisasi politik terhadap masyarakat agar informasi mengenai pemilihan bisa sampai kepada seluruh kalangan masyarakat bukan saja untuk kalangan milenial. Sebaiknya KPU kota Makassar bias melakukan sosialisasi ke setiap RT untuk menarik partisipasi pemilih kedepannya.

References

- Alfiyani, N. (2018). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik. *Potret Pemikiran*, 22(1).
- Andriani, F., Chatra, E., & Syahrizal, S. (2019). STRATEGI KPU KOTA PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN ANGKA PARTISIPASI PEMILIH DALAM PILWAKO TAHUN 2017. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 6(2), 238–252.
- Anshari, F. (2013). Komunikasi politik di era media sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 91–101.
- Arniti, N. K. (2020). Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Umum Legislatif Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(2), 329–348.
- Darmawan, S. S., Hamid, A., & Ismanto, G. (2018). *Strategi Kpu Kota Serang Untuk Meningkatkan Partisipasi Pemilih Dalam Pilkada Provinsi Banten Tahun 2017*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Ghazali, E. (2004). Interaksi politik dan media: dari komunikasi politik ke politik

- komunikasi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(1), 53–74.
- Gleko, P., Suprojo, A., & Lestari, A. W. (2017). Strategi Komisi Pemilihan Umum dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilihan Umum Kepala Daerah. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(1).
- Haryono, D. (2019). Strategi KPU dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Samarinda tahun 2015. *Jurnal Administrative Reform*, 6(2), 67–73.
- Hasibuan, S. J., Kadir, A., & Nasution, M. H. T. (2018). Strategi Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Utara Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pemilihan Gubernur Sumatera Utara 2018. *PERSPEKTIF*, 7(1), 1–5.
- Huberman. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. UI-Press.
- Pulungan, M. C., Rahmatunnisa, M., & Herdiansah, A. G. (2020). Strategi Komisi Pemilihan Umum Kota Bekasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Serentak Tahun 2019. *Politea: Jurnal Politik Islam*, 3(2), 251–272.
- Subekti, T. (2014). *Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pemilihan Umum (Studi Turn of Voter dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Magetan Tahun 2013)*. Brawijaya University.
- Surbakti, R., & Supriyanto, D. (2013). *Partisipasi warga masyarakat dalam proses penyelenggaraan pemilihan umum*.
- Susanto, E. H. (2017). Media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi politik. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 379–398.