

## **STRATEGI KOMISI PEMILIHAN UMUM DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH**

**Petrus Gleko, Agung Suprojo, Asih Widi Lestari,**

Progam Studi Ilmu Administrasi Negara. FISIP, Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

Emile: petrusgleko@yahoo.com

***Abstract:** People political participation in regional leader election is an important aspect so General Election Commission (KPU) use special strategy to improve people participation in regional leader election application. The research uses qualitative research method with data collection technique in form of interview, observation, and documentation. It took place in General Election Commission (KPU) of Malang Regency. Informer in this research are KPU commissioner, with purposive sampling technique. To review data validity. Research result are: 1. KPU of Malang Regency strategy in improving people participation in regional leader election of 2015, seen from three phases, they are formulation, which shown a clear socialization plan from KPU. Second phase is election, KPU do socialization to eight voters segments by their socialization method, which is direct meetup face by face, also mass media usage with their application adjusted with segment characterization. Third phase is resource allocation, which is by doing technical guiding to ad hoc committee. 2. Obstacles faced by KPU are the minimum budget, people apathy responses, and limited KPU's personnels amount.*

*Keywords:* Strategy, Political participation, Regional leader election

Abstrak: Partisipasi politik masyarakat pada pelaksanaan pemilukada merupakan suatu aspek yang sangat penting sehingga Komisi Pemilihan Umum menggunakan strategi khusus untuk meningkatkan partisipasi masyarakat pada pelaksanaan pemilukada. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah Komisioner KPU, dengan penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini adalah: 1. Strategi KPU Kabupaten Malang dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilukada Tahun 2015 dilihat dari tiga tahapan yaitu tahapan formulasi menunjukkan ada kejelasan perencanaan sosialisasi dari KPU. Kedua tahap pemilihan tindakan, KPU melaksanakan sosialisasi kepada delapan segmen pemilih dengan metode sosialisasinya yaitu berupa tatap muka serta penggunaan media massa dengan pola pelaksanaannya disesuaikan dengan karakteristik segmen yang dituju. Ketiga tahap alokasi sumber daya yaitu dengan melakukan bimbingan teknis kepada panitia *ad hoc*. 2. Kendala yang dialami oleh KPU yaitu berupa minimnya anggaran, sikap apatis masyarakat, serta jumlah personil KPU yang terbatas.

Kata Kunci: Strategi, Partisipasi Politik, Pemilukada

### **Pendahuluan**

Indonesia merupakan salah satu Negara di Dunia yang menganut sistem politik demokrasi yang dalam penerapannya menginginkan kebebasan partisipasi politik yang seluas-luasnya kepada seluruh masyarakat untuk ikut berperan aktif dalam menentukan arah pembangunan Bangsa. Salah satu perannya yaitu dengan menentukan pemimpinya secara langsung, umum, bebas dan rahasia melalui sebuah pemilihan umum. Untuk mewujudkan itu maka Pemerintah dituntut harus mampu memfasilitasi penyelenggaraan pemilu sebagai sebuah upaya membangun demokrasi.

Berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2011 Tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum menyebutkan bahwa “Untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemilihan umum yang dapat menjamin pelaksanaan hak politik masyarakat dibutuhkan penyelenggara pemilihan umum yang profesional, serta mempunyai integritas, kapabilitas, dan akuntabilitas melalui Komisi Pemilihan Umum”, sehingga dalam implementasinya dapat mewujudkan partisipasi masyarakat untuk mendukung terlaksananya pemilihan umum yang bersih, jujur, dan adil yang sesuai dengan spirit demokrasi dan kearifan lokal bangsa Indonesia. Selain itu Undang-Undang tersebut juga telah menyatakan bahwa “Komisi Pemilihan Umum menyelenggarakan sosialisasi penyelenggaraan pemilihan gubernur, bupati, dan walikota atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/ Kota kepada masyarakat”. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan tugas dan fungsinya Komisi Pemilihan Umum dapat merancang program-program yang berorientasi pada peningkatan partisipasi politik masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya sesuai dengan kearifan lokal yang ada di daerah tersebut.

Disisi lain Komisi Pemilihan Umum harus bertindak profesional dengan menentukan langkah-langkah strategis yang mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk sadar akan hak dan kewajibannya sebagai warga Negara. Salah satu tugasnya yaitu dengan melakukan sosialisasi untuk mendorong partisipasi politik masyarakat pada pemilihan umum. Tugas-tugas tersebut secara hirarki dilaksanakan oleh KPU Pusat, KPU Propinsi, dan KPU Kabupaten/ Kota sesuai dengan amanat Undang-Undang No. 15 Tahun 2011 Tentang Komisi Pemilihan Umum. Sehingga dalam lingkup kabupaten/kota maka tugas untuk membangun kesadaran politik masyarakat dilaksanakan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Kota salah satunya seperti tugas yang dilaksanakan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang.

Kabupaten Malang memiliki luas wilayah  $\pm$  3.238,26 kilometer persegi dengan jumlah pemilih sebesar 2.011.574 yang tersebar di 33 Kecamatan, 12 Kelurahan, dan 378 Desa. Selain itu mata pencaharian penduduk Kabupaten Malang hampir 40 persen didominasi sektor pertanian, 18 persen disektor industri, 11 persen disektor jasa dan sisanya 32 persen di sektor yang lain. Oleh sebab itu karena mayoritas mata pencaharian penduduk Kabupaten Malang adalah petani maka daerah ini masih sangat kental dengan *kultur* masyarakat pedesaannya. (<http://kpujatim.go.id>). Dengan demikian maka Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang dalam melakukan upaya untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat tentu harus menentukan strategi yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat setempat, sehingga dapat terbina sinergitas antara Komisi Pemilihan Umum dengan masyarakat.

Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang terletak di Jl. Panji No. 119, Kelurahan Penarukan, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang, Propinsi Jawa Timur. Salah satu misi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang ini yaitu ingin meningkatkan kesadaran politik masyarakat untuk berpartisipasi dalam pemilu/kada demi terwujudnya cita-cita masyarakat Indonesia yang demokratis. Dari latar belakang inilah sangat penting untuk diketahui bagaimanakah strategi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang, serta apa sajakah kendala strategi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilu/kada Tahun 2015.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengambil lokasi penelitian dan situs di Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang, adapun yang menjadi alasan peneliti mengambil

kokasi penelitian yaitu karena dilihat dari karakteristik masyarakat Kabupaten Malang yang mayoritasnya adalah petani dan tinggal dipedesaan maka dalam kaitan dengan upaya peningkatan partisipasi politik masyarakat dalam pemilukada maka perlu adanya upaya khusus dari Komisi Pemilihan Umum sebagai panitia penyelenggara pemilu. Pada penelitian ini sumber data yang diperoleh peneliti yaitu berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik miles and hubernad (dalam Sugiyono 2014:246) yaitu dengan cara melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## **Hasil Penelitian**

### **Strategi Komisi Pemilihan Umum dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilukada Kabupaten Malang Tahun 2015.**

Strategi merupakan sebuah langkah yang dilakukan oleh individu atau organisasi dalam proses pencapaian tujuannya dengan mengambil langkah-langkah seperti menentukan tujuan dan sasaran jangka panjang, penggunaan serangkaian tindakan serta pengalokasian sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut, Chandler (dalam Salusu 2015:64). Dari ketiga langkah pelaksanaan strategi tersebut bila dilaksanakan dengan baik maka akan dapat mencapai hasil yang maksimal. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilukada Tahun 2015, strategi yang digunakan yaitu dengan melakukan sosialisasi pemilukada kepada masyarakat. Penerapan strategi sosialisasi tersebut dapat kita lihat dari tiga langkah pelaksanaan strategi antara lain sebagai berikut:

#### **1. Formulasi dan Sasaran Jangka Panjang**

Formulasi dan sasaran jangka panjang merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh organisasi dalam melakukan perencanaan dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting antara lain yaitu mengenai kondisi lingkungan serta identifikasi ancaman dan peluang, perhitungan mengenai kekuatan dan kelemahan organisasi, identifikasi tujuan serta nilai-nilai organisasi yang hendak dicapai, serta syarat strategi tersebut dapat dilaksanakan dengan efektif dan efisien, Ansoff ddk (dalam salusu 2015:69). Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang dalam tahap ini sudah memenuhi beberapa aspek penting dalam tahapan formulasi strategi seperti rekomendasi Ansoff ddk diatas, selain itu pada tahapan formulasi ini juga sudah menunjukkan adanya kejelasan dalam perencanaan, hal tersebut dapat dilihat dari penentuan tujuan pelaksanaan sosialisasi, sasaran pelaksanaan sosialisasi serta metode yang digunakan dalam pelaksanaan sosialisasi. Dari tujuan pelaksanaan sosialisasi KPU menentukan tujuan yaitu untuk menyampaikan informasi tentang tahapan, jadwal, dan program pemilukada kepada masyarakat, serta untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilukada Kabupaten Malang Tahun 2015, sedangkan sasaran pelaksanaan sosialisasi yang ditentukan oleh KPU yaitu kepada delapan segmen pemilih, KPU menetapkan sosialisasi kepada delapan segmen pemilih tersebut dengan mempertimbangkan mengenai kondisi lingkungan masyarakat Kabuapten Malang

Selain penetapan tujuan dan sasaran sosialisasi, KPU juga menetapkan metode yang akan digunakan dalam pelaksanaan sosialisasi, metode tersebut berupa tatap muka dan pemanfaatan media massa. Pemilihan kedua metode tersebut berdasarkan pertimbangan mengenai kemampuan sumber daya yang dimiliki oleh KPU serta pertimbangan mengenai kondisi masyarakat Kabupaten Malang, metode ini dengan tujuan supaya informasi yang akan disampaikan oleh KPU dapat tersampaikan kepada seluruh lapisan masyarakat Kabuapten Malang. Dari proses perencanaan strategi sosialisasi yang sudah dilakukan oleh KPU Kabupaten Malang tersebut selain menunjukkan sudah adanya kejelasan rencana serta

memenuhi beberapa aspek penting dalam formulasi strategi, pada tahapan formulasi ini juga menunjukkan sudah sejalan dengan peraturan yang ada yaitu Peraturan KPU No 5 Tahun 2015 Tentang Sosialisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota.

## **2. Pemilihan Tindakan**

Untuk mencapai visi, misi serta tujuan suatu organisasi maka selain dibutuhkan suatu perencanaan strategi yang matang, hal yang sangat penting juga yaitu pada saat pelaksanaannya karena bilamana pelaksanaan strategi tersebut tidak dapat dijalankan dengan maksimal maka akan sangat berpengaruh terhadap hasil capaian yang akan diperoleh. Selain itu menurut Hitt dkk (dalam Salusuh 2015:167) mengatakan bahwa pada tahapan pemilihan tindakan harus disesuaikan dengan kemampuan sumber daya yang dimiliki sehingga dapat tercapai misi utama organisasi tersebut. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilukada Tahun 2015 dapat dilihat sebagai berikut:

### **1) Pelaksanaan Sosialisasi Pemilukada**

Sosialisasi pemilukada merupakan sebuah proses penyampaian informasi tentang tahapan, jadwal, dan program penyelenggaraan pemilihan serta menjalin hubungan sosial dengan masyarakat sehingga masyarakat dapat dengan aktif untuk berpartisipasi pada pelaksanaan pemilukada. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilukada Tahun 2015, tindakan yang dilakukan yaitu berupa sosialisasi dengan target sasaran yaitu kepada delapan segmen pemilih. Untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU tersebut maka dapat dilihat dari materi sosialisasi, sasaran sosialisasi, serta metode sosialisasi yang digunakan oleh KPU dengan pedoman pelaksanaan sosialisasi pemilukada yaitu berupa peraturan KPU No. 5 Tahun 2015 Tentang Sosialisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota. Pelaksanaan sosialisasi tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

#### **a) Sosialisasi KPU Kabupaten Malang kepada segmen pemilih pemula**

Berdasarkan penyajian data dimuka serta dari observasi yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi sosialisasi yang dilakukan oleh KPU kepada segmen pemilih pemula menunjukkan bahwa materi sosialisasi yang disampaikan oleh KPU tersebut sudah disesuaikan dengan segmen pemilih pemula, hal tersebut dilihat dari muatan materi sosialisasi yang disampaikan yaitu lebih berorientasi untuk membangun pemahaman, kesadaran kepada pemilih pemula tentang pentingnya peran pemuda dalam kegiatan demokrasi, serta pemuda merupakan pilar penting kesuksesan suatu wilayah sehingga partisipasi mereka sangat penting untuk memilih pemimpin yang akan menentukan arah pembangunan Bangsa. Sosialisasi ini dengan sasaran yaitu meliputi remaja SMA/SMK dan masyarakat umum yang baru memasuki usia 17 Tahun yang secara pemahaman dan pengalaman mengenai pemilukada masih sangat minim karena mereka belum pernah mengikuti pemilukada sebelum-sebelumnya, sehingga segmen ini sangat penting untuk dilakukan sosialisasi karena secara kuantitas pemilih pemula tersebut mempunyai jumlah yang sangat banyak yang tersebar disemua Desa dan Kelurahan dilingkup Kabupaten Malang.

Metode sosialisasi yang digunakan pada segmen ini yaitu berupa tatap muka dengan pola penyampaian seperti ceramah, dialog, simulasi serta permainan game yang berisikan pesan-pesan kepemiluan. Metode ini sangat cocok untuk dilakukan kepada segmen ini karena dilihat dari sasaran sosialisasi pada segmen ini yaitu terdiri dari anak-anak muda sehingga pola sosialisasi yang digunakan pun disesuaikan dengan segmennya sehingga tidak membuat peserta jenuh, selain itu pola ini juga dapat

dengan mudah memberikan pemahaman kepada pemilih pemula tentang tata cara pencoblosan yang benar. Dari sosialisasi yang sudah dilaksanakan oleh KPU kepada segmen pemilih pemula tersebut menunjukkan keseuaian antara materi sosialisasi, sasaran sosialisasi, serta metode sosialisasi yang digunakan dengan segmen yang ditijukan, selain itu pelaksanaan sosialisasi ini juga sudah sejalan dengan peraturan yang ada.

b) Sosialisasi KPU Kabupaten Malang Kepada segmen pedagang pasar

Sesuai dengan penyajian data dimuka serta didukung oleh observasi yang dilakukan peneliti tentang strategi sosialisasi KPU Kabupaten Malang kepada segmen pedagang pasar tersebut menunjukkan sudah berjalan dengan baik hal tersebut dilihat dari muatan materi sosialisasi yaitu KPU menyampaikan informasi tentang tahapan, jadwal dan program pemilihan, menghimbau kepada masyarakat pedagang pasar untuk menggunakan hak suaranya pada saat pemilihan, dari materi-materi tersebut sudah menerangkan tentang gambaran umum pemilukada yang akan berlangsung, serta dapat mendorong keterlibatan pedagang pasar untuk menggunakan hak suaranya pada saat pencoblosan. Sasaran yang dituju dalam sosialisasi ini yaitu kepada seluruh pedagang serta masyarakat yang melakukan aktifitasnya di pasar. Sasaran ini sangat tepat karena dilihat dari keseluruhan pedagang serta masyarakat yang melakukan aktifitas di pasar tersebut jumlahnya sangat banyak sehingga informasi mengenai pemilukada akan dapat tersampaikan kepada masyarakat secara luas.

Metode sosialisasi yang digunakan oleh KPU kepada segmen ini yaitu berupa tatap muka dengan pola pelaksanaannya seperti memberikan himbauan kepada masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya, serta menyebarkan alat peraga sosialisasi seperti brosur, panflet, poster dll. KPU memilih menggunakan metode ini karena disesuaikan dengan kesibukan aktifitas pedagang dan masyarakat yang ada di pasar. Dari Pelaksanaan sosialisasi kepada segmen pedagang pasar ini merupakan strategi yang bagus sehingga perlu untuk dilaksanakan pada pemukada selanjutnya, selain itu pelaksanaan sosialisasi ini juga bila dilihat dari muatan materi sosialisasi, sasaran sosialisasi, serta metode yang digunakan oleh KPU menunjukkan sudah sejalan dengan peraturan yang ada.

c) Sosialisasi KPU Kabupaten Malang kepada segmen masyarakat nelayan

Berdasarkan penyajian data dimuka serta didukung oleh obsevasi yang dilakukan oleh peneliti tentang strategi sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Malang kepada segmen masyarakat nelayan tersebut menunjukkan bahwa dari muatan materi sosialisai yang disampaikan sudah sesuai dengan segmen masyarakat nelayan karena masyarakat nelayan yang kesehariannya disibukan dengan aktifitas dilaut sehingga terbatas dalam mengakses informasi tentang kepemiluan, maka KPU perlu menyampaikan informasi tentang tahapan, jadwal, program pemilihan, serta memberikan pemahaman tentang tata cara pencoblosan yang benar, sedangkan sasaran sosialisasi pada segmen ini yaitu kepada masyarakat yang berada dipesisir pantai yang berprofesi sebagai nelayan.

Dalam melaksanakan sosialisasi metode yang digunakan oleh KPU yaitu berupa tatap muka dengan pola pelaksanaannya yaitu seperti ceramah, simulasi pencoblosan, serta pembagian alat peraga sosialisasi dengan maksud supaya masyarakat nelayan tersebut dapat memahami tentang pentingnya partisipasinya dalam pemilukada untuk memilih pemimpin yang akan membawa pembangunan daerah kedepan, selain itu metode ini juga dapat mencegah terjadinya kesalahan pada saat pencoblosan yang akan menyebabkan suara tidak sah. Dari strategi sosialisasi yang sudah dilaksanakan oleh KPU Kabupaten Malang kepada segmen masyarakat nelayan ini menunjukkan bahwa ada kesesuaian antara materi sosialisasi, sasaran sosialisasi, serta metode sosialisasi dengan karakteristik sasaran yang dituju, selain itu strategi sosialisasi ini juga sudah sejalan dengan peraturan yang ada.

d) Sosialisasi KPU Kabupaten Malang kepada segmen masyarakat adat

Strategi sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Malang kepada segmen masyarakat adat ini bila dilihat dari muatan materi sosialisasi yang disampaikan sudah menunjukkan adanya kejelasan pelaksanaan pemilu pada serta dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat adat tentang pentingnya partisipasi masyarakat pada pelaksanaan pemilu yang akan berlangsung, hal tersebut dilihat dari muatan materi yang disampaikan oleh KPU yaitu mencakupi informasi tentang tahapan, jadwal dan program pemilihan serta himbuan kepada masyarakat adat untuk hadir menggunakan hak suaranya pada saat pencoblosan. Sasaran pelaksanaan sosialisasi kepada segmen ini yaitu kepada kelompok kesenian adat, serta tokoh masyarakat adat yang berada di Desa dan Kelurahan dilingkup Kabupaten Malang, sosialisasi kepada segmen ini penting untuk dilakukan karena secara kuantitas pemilih pada segmen ini sangat banyak, selain itu masyarakat adat juga mempunyai pengaruh secara budaya sehingga dapat diajak kerjasama dalam hal menyebarkan informasi yang berkaitan dengan pemilu kepada masyarakat umum.

Metode sosialisasi yang digunakan KPU pada segmen ini yaitu berupa tatap muka dengan pola pelaksanaannya seperti ceramah, dialog, simulasi tentang tata cara pencoblosan yang benar serta pembagian alat peraga sosialisasi. Metode ini dilakukan dengan tujuan supaya dapat memberikan pemahaman dan kesadaran kepada masyarakat adat tentang pentingnya partisipasinya pada pelaksanaan pemilu, serta untuk mencegah terjadinya kesalahan pada saat pencoblosan yang akan menyebabkan suara tidak sah, metode ini juga dilaksanakan dengan memanfaatkan setiap kegiatan masyarakat adat. Dari strategi sosialisasi yang sudah dilakukan oleh KPU kepada segmen masyarakat adat ini bila dilihat dari muatan materi sosialisasi, sasaran sosialisasi, serta metode sosialisasi yang digunakan menunjukkan sudah sesuai dengan karakteristik segmen yang dituju, serta sudah sejalan dengan peraturan yang ada.

e) Sosialisasi KPU Kabupaten Malang kepada segmen masyarakat disabilitas

berdasarkan penyajian data di muka serta didukung oleh hasil observasi peneliti tentang strategi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang dalam melakukan sosialisasi kepada segmen masyarakat disabilitas ini menunjukkan bahwa dari materi sosialisasi yang disampaikan sudah disesuaikan dengan segmen masyarakat disabilitas. Hal tersebut dilihat dari muatan materi sosialisasi yang disampaikan oleh KPU yaitu berupa informasi tentang tahapan, jadwal, dan program pemilihan kemudian memberikan pemahaman dan kesadaran kepada masyarakat disabilitas tentang pentingnya partisipasi masyarakat disabilitas dalam mendukung terlaksananya pemilu Kabupaten Malang Tahun 2015, selain itu KPU juga memberikan motivasi serta dukungan kepada masyarakat penyandang disabilitas untuk menggunakan hak politiknya sebagai warga Negara dengan memberikan perlakuan khusus kepada mereka pada saat pelaksanaan pemilu, dengan begitu akan mampu menekan angka golput dari masyarakat penyandang disabilitas pada pelaksanaan pemilu Kabupaten Malang Tahun 2015.

Sasaran sosialisasi kepada segmen ini yaitu kepada seluruh masyarakat penyandang disabilitas yang tersebar di beberapa Desa dan Kelurahan dilingkup Kabupaten Malang. Sosialisasi kepada segmen ini sangat penting untuk dilakukan karena secara kuantitas masyarakat penyandang disabilitas mempunyai jumlah yang sangat banyak, serta karena masyarakat disabilitas mempunyai keterbatasan fisik sehingga perlu adanya dukungan, motivasi yang lebih untuk mendorong mereka dalam mengikuti pelaksanaan pemilu yang akan berlangsung. Metode sosialisasi yang yaitu berupa tatap muka dengan pola pelaksanaannya yaitu melalui ceramah, dialog, serta melakukan simulasi pencoblosan, metode ini dipilih oleh KPU dengan maksud selain menyebarkan informasi pemilu kepada masyarakat, KPU juga

ingin menjalin ikatan emosional dengan masyarakat penyandang disabilitas. Dari strategi sosialisasi yang sudah dilaksanakan oleh KPU Kabupaten Malang kepada segmen masyarakat disabilitas tersebut dilihat dari muatan materi sosialisasi, sasaran sosialisasi, serta metode sosialisasi yang digunakan menunjukkan sudah sesuai dengan karakteristik segmenya, serta pelaksanaan sosialisasi tersebut sudah sejalan dengan peraturan yang ada.

f) Sosialisasi KPU Kabupaten Malang kepada segmen pemilih komunitas

Berdasarkan penyajian data dimuka serta sesuai dengan hasil observasi peneliti tentang strategi sosialisasi yang dilakukan oleh KPU kepada segmen pemilih komunitas menunjukkan bahwa materi sosialisasi yang disampaikan KPU sudah sesuai dengan segmen pemilih komunitas, hal tersebut dilihat dari muatan materi sosialisasi yaitu berupa ajakan kepada pemilih komunitas untuk menggunakan hak suaranya pada saat pencoblosan, penyampaian tentang tanggal pelaksanaan pemilu serta pengenalan kandidat yang akan ikut dalam pemilu. Dari materi tersebut sudah menunjukkan bahwa sudah ada kejelasan informasi yang diberikan oleh KPU kepada segmen pemilih komunitas tentang pelaksanaan pemilu yang akan berlangsung, sedangkan target sasaran sosialisasi kepada segmen ini yaitu mencakupi beberapa komunitas seperti, komunitas pencinta alam, komunitas trail, komunitas gowes serta kelompok tani. Pemilihan sosialisasi kepada segmen ini sangat tepat karena secara kuantitas komunitas ini mempunyai jumlah yang sangat banyak serta pola interaksi komunitas ini yang terbuka sehingga memungkinkan segala informasi ke pemilu yang sudah disampaikan oleh KPU tidak hanya diserap dan dilaksanakan oleh pemilih komunitas, tetapi informasi serta ajakan untuk memilih juga dapat dengan mudah disebarluaskan oleh pemilih komunitas kepada masyarakat umum.

Metode sosialisasi yang digunakan oleh KPU kepada segmen pemilih komunitas ini yaitu berupa tatap muka dengan pola penyampaiannya seperti simulasi, game, serta pembagian alat peraga sosialisasi. Metode ini sangat tepat karena disesuaikan dengan aktifitas-aktifitas komunitas tersebut, seperti komunitas pencinta alam kegiatan sosialisasinya dilaksanakan pada saat perkemahan, begitu pula dengan komunitas yang lainnya. Dari strategi sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Malang kepada segmen pemilih komunitas ini dilihat dari muatan materi sosialisasi, sasaran sosialisasi serta metode yang digunakan sudah menunjukkan sesuai dengan karakteristik segmen yang dituju, serta sudah sejalan dengan peraturan yang ada.

g) Sosialisasi KPU Kabupaten Malang kepada segmen masyarakat agama

Berdasarkan hasil temuan peneliti mengenai strategi sosialisasi yang dilakukan oleh KPU kepada segmen masyarakat agama menunjukkan bahwa muatan materi sosialisasi yang disampaikan oleh KPU tersebut sudah dapat memberikan gambaran umum tentang pelaksanaan pemilu yang akan berlangsung, hal tersebut dilihat dari muatan materi yang disampaikan yaitu berupa informasi tentang tahapan jadwal, program pemilihan, informasi pasangan calon yang ikut dalam pemilu serta ajakan kepada masyarakat agama untuk menggunakan hak suaranya pada saat pencoblosan, sedangkan sasaran pelaksanaan sosialisasi pada segmen ini yaitu meliputi jamaah pengajian, organisasi keagamaan NU, kelompok pemilih perempuan (ormas fatayat dan muslimat), jamaah ibu-ibu muslimat, jamaah tahlil/tokok agama, serta umat Gereja. Sasaran ini memang sangat tepat untuk dilakukan sosialisasi karena hampir setiap moment keagamaan mereka selalu bertemu sehingga informasi yang disampaikan oleh KPU tentang pemilu dapat disebarluaskan kepada masyarakat umum, serta masyarakat agama tersebut akan lebih mudah untuk mengajak sahabat dan keluarganya untuk memberikan suara pada saat pencoblosan. Selain itu secara kuantitas masyarakat agama di Kabupaten Malang mempunyai jumlah yang sangat banyak.

Metode sosialisasi yang digunakan oleh KPU kepada segmen ini yaitu berupa tatap muka dengan memanfaatkan setiap kegiatan keagamaan dengan pola sosialisasinya yaitu berupa ceramah, dialog serta pembagian alat peraga sosialisasi seperti pamflet, brosur dll, pola-pola seperti ini sangat tepat karena selain menyampaikan informasi ke pemilu kepada masyarakat, pola ini juga dapat membangun hubungan emosional antara penyelenggara pemilu dengan masyarakat sehingga akan terbangun sinergitas antara KPU dengan masyarakat agama dalam mendukung tingkat partisipasi politik masyarakat pada pelaksanaan pemilu. Dari keseluruhan pelaksanaan strategi sosialisasi KPU kepada segmen masyarakat agama ini dilihat dari materi sosialisasi, sasaran sosialisasi serta metode yang digunakan sudah sesuai dengan karakteristik segmennya, serta sudah sejalan dengan peraturan yang ada.

h) Sosialisasi KPU Kabupaten Malang kepada segmen masyarakat Umum

Berdasarkan hasil temuan peneliti mengenai strategi KPU Kabupaten Malang dalam melaksanakan sosialisasi kepada segmen masyarakat umum ini menunjukkan sudah dapat memberikan kejelasan tentang pelaksanaan pemilu yang akan berlangsung, serta dapat mendorong tingkat partisipasi masyarakat untuk mengikuti pemilu, hal tersebut dilihat dari muatan materi sosialisasi yang disampaikan oleh KPU yaitu berupa informasi tentang seluruh tahapan, jadwal dan program pemilihan, memberikan pengetahuan, pemahaman kepada masyarakat tentang hak dan kewajibannya dalam pemilihan, serta memberikan himbuan kepada masyarakat agar menggunakan hak pilihnya dan jangan sampai golput.

Sasaran dalam sosialisasi ini yaitu meliputi keseluruhan masyarakat umum yang berada di setiap Desa dan Kelurahan di Kabupaten Malang. Karena sasaran sosialisasi ini yaitu kepada masyarakat umum sehingga metode yang digunakan yaitu berupa tatap muka, serta penggunaan media massa. Metode tatap muka pola sosialisasinya yaitu berupa ceramah, dialog, serta pembagian alat peraga sosialisasi dengan memanfaatkan setiap aktivitas warga, sedangkan pelaksanaan sosialisasi menggunakan media massa pola pelaksanaannya yaitu berupa penayangan informasi tentang tahapan, jadwal dan program pemilihan serta penayangan jingle dan adlib yang berisikan ajakan serta himbuan kepada masyarakat untuk datang menggunakan hak suaranya pada saat pencoblosan. Metode sosialisasi menggunakan media massa ini, media yang digunakan yaitu berupa media cetak, media elektronik, serta media-media publik lainnya. Dari keseluruhan pelaksanaan sosialisasi kepada segmen masyarakat umum yang sudah dilaksanakan oleh KPU Kabupaten Malang tersebut dilihat dari muatan materi sosialisasi, sasaran sosialisasi, serta metode yang digunakan menunjukkan sudah sesuai dengan segmennya, serta sudah menunjukkan sejalan dengan peraturan yang ada.

2) Capaian Pelaksanaan Sosialisasi

Dilihat dari strategi sosialisasi yang sudah dilakukan oleh KPU Kabupaten Malang dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilu Tahun 2015 tersebut menunjukkan sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan peraturan yang ada, namun berdasarkan penyajian data di muka menunjukkan bahwa capaian dari pelaksanaan sosialisasi KPU belum menunjukkan hasil yang maksimal karena tingkat partisipasi politik masyarakat pada pemilu Kabupaten Malang Tahun 2015 hanya mencapai angka 58,36 persen dari target capaian yang ditentukan oleh KPU yaitu dapat mencapai angka 75 persen dari keseluruhan daftar pemilih tetap Kabupaten Malang yang berjumlah 2.063.079 pemilih. Dari fenomena ini dapat memungkinkan terdapatnya kendala-kendala tertentu yang menjadi penghambat tercapainya tingkat partisipasi politik masyarakat pada pelaksanaan pemilu Tahun 2015.

### 3. Alokasi Sumber Daya

Sumber daya berkaitan dengan kemampuan individu atau organisasi dalam melaksanakan suatu kegiatan sehingga dengan sumber daya yang ada dapat dimanfaatkan untuk dapat mencapai visi, misi serta tujuan yang sudah ditetapkan. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang dalam upaya meningkatkan sumber daya panitia penyelenggara pemilu yaitu dengan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang sifatnya memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada pegawai KPU serta seluruh panitia *ad hoc*, kegiatan tersebut berupa pelaksanaan bimbingan teknis kepada seluruh panitia pelaksana pemilu dengan materi-materi yang disampaikan berupa kewajiban setiap penyelenggara pemilu untuk berperan aktif dalam mensosialisasikan kegiatan dan tahapan yang telah dan akan dikerjakan, intruksi kepada pegawai KPU dan panitia *ad hoc* agar memanfaatkan segala moment yang melibatkan orang banyak untuk dapat digunakan sebagai sarana sosialisasi, himbuan untuk mensosialisasikan lagi kegiatan pemilu di lingkungan kerjanya masing-masing, serta menekankan tentang pentingnya panitia *ad hoc* berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi.

Dari pelaksanaan peningkatan sumber daya berupa bimbingan teknis yang dilakukan oleh KPU tersebut merupakan upaya yang sangat bagus karena dapat meningkatkan profesionalisme kerja penyelenggara pemilu yang bertugas untuk melakukan sosialisasi. Selain itu upaya tersebut juga menunjukkan sudah sejalan dengan peraturan yang ada yaitu Peraturan KPU No. 5 Tahun 2015 Tentang Sosialisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota.

### **Kendala Strategi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilu Tahun 2015**

Kendala merupakan suatu hambatan yang menyebabkan pelaksanaan suatu kegiatan terganggu atau kegiatan tersebut tidak dapat terlaksana dengan baik, dengan begitu akan sangat berpengaruh terhadap hasil capaian yang akan diperoleh. KPU Kabupaten Malang dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pelaksanaan pemilu Tahun 2015 mendapatkan beberapa kendala dalam proses pelaksanaan strategi. Kendala tersebut sebagai berikut:

1) Kurangnya dukungan finansial untuk sosialisasi

Tahapan ini merupakan bagian yang sangat penting karena dari tahapan inilah Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang dapat merumuskan tindakan yang akan dilakukan serta pola-pola apa saja yang akan digunakan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. KPU dalam tahapan ini mendapatkan kendala seperti anggaran sosialisasi yang disediakan oleh pemerintah masih belum seimbang dengan jumlah penduduk serta luas wilayah Kabupaten Malang sehingga pada tahapan formulasi program sosialisasi KPU belum mengkover secara keseluruhan tindakan yang akan dilaksanakan dalam sosialisasi pemilu, tetapi KPU hanya memilih beberapa alternatif tindakan yang dianggap paling penting. Dari kendala ini maka sangat penting bagi KPU dan Pemerintah untuk memperhatikan mengenai kesiapan finansial dalam hal mendukung pelaksanaan sosialisasi pemilu selanjutnya.

2) Kurangnya respon masyarakat dalam sosialisasi

Berdasarkan penyajian data di muka bahwa dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilu Kabupaten Malang Tahun 2015 maka strategi yang digunakan oleh KPU yaitu dengan melakukan sosialisasi kepada delapan segmen pemilih. Dalam sosialisasi tersebut KPU mendapatkan kendala yang menjadi penghambat lancarnya kegiatan tersebut seperti kurangnya respon masyarakat terhadap pelaksanaan pemilu, hal tersebut dilihat dari minimnya tingkat partisipasi masyarakat dalam mengikuti kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan oleh KPU. Dari kendala tersebut

dapat memberikan gambaran bahwa masyarakat Kabupaten Malang belum secara keseluruhan sadar akan pentingnya pemilu/kada sehingga perlu adanya upaya dari pemerintah Kabupaten Malang untuk mendorong respon masyarakat dalam kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pemilu/kada.

3) Keterbatasan sumber daya

Sumber daya merupakan unsur yang sangat penting dalam mendukung terlaksananya suatu kegiatan, bilamana sumber daya tersebut tidak memadai maka akan sangat berpengaruh terhadap capaian kinerja yang akan diperoleh. KPU Kabupaten Malang dalam hal pengalokasian sumber daya untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilu/kada Tahun 2015 menemukan kendala yang menjadi penghambat terlaksananya sosialisasi yaitu berupa di Kabupaten Malang sendiri karena luas wilayah serta jumlah penduduk yang begitu besar sedangkan jumlah personil KPU yang terbatas sehingga menyebabkan dalam sosialisasi KPU belum dapat menjangkau keseluruhan masyarakat Kabupaten Malang.

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian di muka maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa: Strategi KPU Kabupaten Malang dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilu/kada tahun 2015 dilihat dari tiga indikator pelaksanaan strategi yaitu (1). Tahap formulasi dan sasaran jangka panjang, tahapan ini sudah menunjukkan ada kejelasan rencana sosialisasi yang ditetapkan oleh KPU. (2). Tahap pemilihan tindakan, tahapan ini KPU melaksanakan sosialisasi kepada delapan segmen pemilih dengan metode sosialisasinya yaitu berupa tatap muka serta penggunaan media massa dengan pola pelaksanaannya disesuaikan dengan karakteristik segmen yang dituju. (3). Tahap pengalokasian sumber daya, tahapan ini menunjukkan sudah dilaksanakannya kegiatan peningkatan sumber daya berupa bimbingan teknis kepada seluruh panitia *ad hoc* yang akan melakukan sosialisasi pemilu/kada.

Kendala strategi KPU Kabupaten Malang dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilu/kada Tahun 2015 antara lain sebagai berikut: (1). Kurangnya dukungan finansial untuk sosialisasi yaitu berupa anggaran sosialisasi yang disediakan pemerintah belum seimbang dengan jumlah penduduk dan luas wilayah Kabupaten Malang. (2). Kurangnya respon masyarakat dalam mengikuti kegiatan sosialisasi dari KPU. (3). Keterbatasan Sumber daya yaitu berupa jumlah personil KPU yang masih terbatas untuk menjangkau keseluruhan masyarakat di wilayah Kabupaten Malang.

### **Daftar Pustaka**

- Komisi Pemilihan Umum. 2015. *Hasil Riset Perilaku Pemilih Masyarakat Kabupaten Malang Dalam Pemilu 2014*. Malang. (Online), ([http://kpujatim.go.id/wpcontent/uploads/2016/03/Kab-Malang\\_Perilaku-Pemilih-Masyarakat-Kabupaten-Malang-dalam-Pemilu-2014](http://kpujatim.go.id/wpcontent/uploads/2016/03/Kab-Malang_Perilaku-Pemilih-Masyarakat-Kabupaten-Malang-dalam-Pemilu-2014)), di akses rabu 23/6/2016.
- Peraturan KPU No 5 Tahun 2015 Tentang Sosialisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Alfabeta. Bandung
- Salusu. J. 2015. *Pengambilan Keputusan Stratejik: Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Non Profit*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta
- Undang-Undang Komisi Pemilihan Umum No.15 Tahun 2011.