TESIS

STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM SEBAGAI SUMBER INFORMASI DAN SOSIALISASI PRODUK HUKUM MELALUI WEBSITE JDIH PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024

YULIANTI
2130131029

PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2024

STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM SEBAGAI SUMBER INFORMASI DAN SOSIALISASI PRODUK HUKUM MELALUI WEBSITE JDIH PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Magister Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh

YULIANTI

Kepada

PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2024

TESIS

STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM SEBAGAI SUMBER INFORMASI DAN SOSIALISASI PRODUK HUKUM MELALAUI WEBSITE JDIH PADA PEMILU TAHUN 2024

Disusun dan diajukan oleh

Yulianti
2130131029

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
Pada tanggal **28 Februari 2024** dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

MENYETUJUI
TIM PEMBIMBING,

Ketua,	**Anggota,**
Dr. Andi Vita Sukmarini, S.I.Kom., M.I.Kom	Dr. Syamsu Rizal, S.Sos., M.Si

Program Magister Ilmu Komunikasi.

Ketua program Studi,	**Dekan Fakultas Pascasarjana,**
Dr. Andi Vita Sukmarini, S.I.Kom., M.I.Kom	Dr. Ir. Mujahid, SE., MM

TESIS

STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM SEBAGAI SUMBER INFORMASI DAN SOSIALISASI PRODUK HUKUM MELALAUI WEBSITE JDIH PADA PEMILU TAHUN 2024

Disusun dan diajukan oleh

YULIANTI
2130131029

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
Pada tanggal **28 Februari 2024** dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui
Dewan Penguji,

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Andi Vita Sukmarini, S.I.Kom., M.I.Kom	Ketua	
2	Dr. Syamsu Rizal, S.Sos., M.Si	Sekretaris	
3	Prof. Dr. Muh. Akbar., M.Si	Anggota	
4	Dr. Muliyadi Hamid, SE., M.Si	Anggota	
5	Prof. Dr. Firdaus Muhammad, MA	Anggota	

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Pascasarjana
Universitas Fajar

Dr. Andi Vita Sukmarini, S.I.Kom., M.I.Kom

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YULIANTI
Nomor Mahasiswa : 2130131029
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis/disertasi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Februari 2024

Yang menyatakan,

YULIANTI

PRAKATA

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis telah dapat menyelesaikan tesis dengan judul Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum sebagai Sumber Informasi dan Sosialisasi Produk Hukum melalui Website JDIH pada Pemilihan Umum Tahun 2024.

Dalam perjalanan proses penyelesaian program Magister Ilmu Komunikasi ini, penulis memperoleh suatu kesadaran yang tinggi untuk membenahi keterbatasan kemampuan yang dapat meningkatkan wawasan dalam mengikuti suatu perubahan ilmu dan pengetahuan. Kesadaran inilah yang memberikan motivasi tinggi untuk terus mengingatkan kembali bahwa menggali ilmu pengetahuan harus dilakukan melalui proses yang terus menerus berjalan.

Dengan selesainya tesis ini, penulis sepenuhnya mengakui dan menyadari tidak terlepas dari bimbingan, arahan dan dukungan dari para pembimbing serta berbagai pihak lainnya, meskipun tanggungjawab akhir penulisan ini berada pada penulis sendiri. Dalam kesempatan ini dengan sepenuh hati yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

Dr. Andi Vita Sukmarini, S.I.Kom.,M.I.Kom selaku Ketua Tim Pembimbing, dan Dr. Syamsu Rizal, S.Sos., M.Si, selaku Anggota Tim Pembimbing, terima kasih atas bimbingan dan masukan yang diberikan dalam penelitian dan penyusunan tesis. Kecerdasan, keluasan wawasan yang kritis, kearifan beliau selalu memberikan waktu untuk berdiskusi dan mengarahkan, mendorong penulis agar senantiasa belajar dan bertindak dengan lebih teliti dan hati-hati serta tidak mudah patah semangat.

Demikian halnya dengan para penguji yang telah memberikan masukan dan meluangkan waktu kepada penulis untuk memberikan kritikan yang membangun guna penyempurnaan disertasi ini.

Dengan selesainya disertasi ini, tak lupa diucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Fajar Makassar yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan di Program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Fajar.

..... selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Fajar Makassar, yang telah memberikan kesempatan dan memfasilitasi kebutuhan akademik penulis untuk belajar sungguh-sungguh, sehingga pada akhirnya upaya belajar pada program ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dr. Andi Vita Sukmarini, S.I.Kom.,M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Fajar Makassar, yang telah banyak melayani dan mengarahkan penulis mulai dari sejak penerimaan hingga selesai dari program doktor ini dengan tulus dan ikhlas, kedisiplinan yang tinggi dan kearifan dalam melayani dan mengarahkan tentang apa yang harus dilakukan oleh penulis dalam menyelesaikan program magister ini.

Para dosen yang tidak sempat disebutkan, terima kasih atas ilmu pengetahuan, memotivasi, mendorong dan berdiskusi dengan saya hingga selesainya studi pada Program Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Fajar Makassar.

Terima kasih dan penghargaan yang tak terhingga saya sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, yang dengan sepenuh hati membimbing, membesarkan dan mendoakan ananda, sehingga sukses karir maupun dalam pendidikan, walaupun mereka telah tiada gelar ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta.

Kepada suami tercinta dan anak-anakku tersayang, dengan penuh keharuan dan dari qalbu yang paling dalam saya sampaikan terima kasih atas kesabarannya ditinggalkan setiap saat karena saya mengikuti pendidikan, begitu pula atas dukungan semangatnya sehingga saya termotivasi untuk menyelesaikan pendidikan. Untuk itulah gelar ini sudah sepatutnya saya persembahkan kepada mereka, harapan saya untuk anak-anakku menjadi motivasi untuk meraih cita-cita masa depan yang lebih baik.

Kepada mertuaku tercinta, yang selalu mendukung dan menunjukkan kebanggaan kepada kami tentu saja selalu membangkitkan spirit dan semangat kami dn menjadi modal keberhasilan saya. Terima kasih dengan tulus saya sampaikan, beristirahatlah dengan tenang, harapanmu telah terpenuhi, dan doanya telah dikabulkan oleh Allah. Amin.

Rekan-rekan Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Fajar Makassar atas motivasi dan spirit dalam penyelesaian hasil penelitian ini. Semoga semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dan setimpal dari Allah Subhahanahu Wataala. Amin.

Makassar, Februari 2024

YULIANTI

ABSTRAK

YULIANTI. Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum sebagai Sumber Informasi dan Sosialisasi Produk Hukum melalui Website JDIH pada Pemilihan Umum Tahun 2024. Dibimbing oleh Andi Vita Sukmarini dan Syamsu Rizal.

Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH pada pemilihan umum tahun 2024, dan untuk mengetahui faktor yang mendukung dan menghambat strategi komunikasi KPU.

Penelitian dilaksanakan pada Kantor KPU Kota Makassar. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dengan informan terdiri sebanyak 6 (enam) orang. Teknik pengumpulan data terdiri atas observasi, pedoman wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif dengan tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, serta verifikasi data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menemukan strategi komunikasi KPU telah diterapkan dengan baik untuk memberikan kemudahan dalam mendapatkan sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH sesuai dengan pembentukan tim dalam mempublikasikan regulasi terkait dengan pemilihan umum di website JDIH KPU, membuat materi sosialisasi, membuat konten hukum untuk menambah pengetahuan masyarakat mengenai Pemilu tahun 2024, mempublikasikan di media sosial sebagai bentuk komunikasi untuk kelompok sasaran dan mempermudah akses saluran media sosial. Sasaran komunikasi dan pemilihan media komunikasi menjadi faktor-faktor yang mendukung strategi komunikasi KPU melalui website JDIH. Sementara pengkajian tujuan pesan komunikasi dan peranan komunikator menjadi faktor penentu atas penerapan strategi komunikasi KPU melalui website JDIH pada Pemilu tahun 2024.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi KPU, Website JDIH, Faktor Pendukung dan Penghambat

ABSTRACT

***YULIANTI**. General Election Commission Communication Strategy as a Source of Information and Socialization of Legal Products via the JDIH Website in the 2024 General Election. Supervised by Andi Vita Sukmarini and Syamsu Rizal.*

The aim of the research is to determine the KPU's communication strategy as a source of information and dissemination of legal products through the JDIH website in the 2024 general election, and to determine the factors that support and hinder the KPU's communication strategy.

The research was carried out at the Makassar City KPU Office. This type of research uses a qualitative approach, with informants consisting of 6 (six) people. Data collection techniques consist of observation, interview guidelines and documentation. The data analysis technique uses qualitative analysis with three stages, namely data reduction, data presentation, data verification and conclusion drawing.

The results of the research found that the KPU's communication strategy had been implemented well to provide convenience in obtaining sources of information and dissemination of legal products through the JDIH website in accordance with the formation of a team in publishing regulations related to regional head elections on the KPU's JDIH website, creating socialization materials, creating legal content to add public knowledge regarding the 2024 Election, publishing on social media as a form of communication for target groups and making it easier to access social media channels. Communication targets and choice of communication media are factors that support the KPU's communication strategy through the JDIH website. Meanwhile, assessing the purpose of communication messages and the role of communicators is a determining factor in implementing the KPU's communication strategy via the JDIH website in the 2024 elections.

Keywords: KPU Communication Strategy, JDIH Website, Supporting and Inhibiting Factors

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PENGAJUAN iii
HALAMAN PERSETUJUAN iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN v
PRAKATA vi
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Hasil Penelitian 9
B. Tinjauan Konsep dan Teori 22
1. Teori Strategi 22
2. Teori Komunikasi 27
3. Teori New Media 36
4. Strategi Komunikasi 39
5. Tinjauan tentang Komisi Pemilihan Umum 46
6. Konsep Sumber Informasi 48
7. Konsep Sosialisasi 50
8. Jaringan Dokumentasi Informasi Hukum Komisi Pemilihan Umum (JDIH KPU) 53
C. Kerangka Konseptual 57
D. Definisi Operasional 59

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 61
B. Pengelolaan Peran Peneliti 61
C. Lokasi Penelitian 62
D. Sumber Data 62
E. Teknik Pengumpulan Data 63
F. Teknik Analisis Data 64
G. Pengecekan Validitas Temuan 66
H. Tahap Penelitian dan Jadwalnya 67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Website JDIH KPU 70
B. Strategi Komunikasi KPU melalui Website JDIH KPU 74
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi KPU 100
D. Pembahasan 109

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 132
B. Saran 133

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
1.	Matriks Penelitian Terdahulu	18
2.	Mapping Teori	56
3.	Jadwal Penelitian	69
4.	Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi	94
5.	Pengelolaan Dokumen Hukum dari bulan Januari s/d Desember 2021	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Teks** **Halaman**

1. Kerangka Konseptual 58
2. Jaringan Aduan dan Laporan Masyarakat 88
3. Postingan Konten KPU di Instagram 91
4. Tampilan Depan Website KPU Makassar 96
5. Tampilan Website JDIH KPU Kota Makassar 106
6. Salah Satu APK Pemilu 2024 113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Pedoman Wawancara
2. Dokumentasi
3. Surat-surat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara yang menganut sistem demokrasi di mana pemegang kekuasaan tertinggi berada ditangan rakyat. Sebagai negara demokrasi, kegiatan Pemilihan Umum (Pemilu) wajib dilakukan karena merupakan pilar utama dari proses akumulasi kehendak rakyat dan indikator kesuksesan Pemilu terlihat dari tingkat partisipasi politik masyarakat. Untuk itu dalam penyelenggaraan Pemilu perlu sosialisasi dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) kepada masyarakat terkait regulasi yang dijalankan dalam kegiatan pemilihan umum.

Komunikasi suatu hal yang penting dalam kehidupan bersosial, melalui komunikasi manusia dapat mempengaruhi dan merubah sikap orang lain dalam mengambil keputusan sebagai anggota kelompok. Komunikasi merupakan alat yang digunakan oleh manusia untuk bisa berinteraksi dengan orang lain, kegiatan komunikasi sendiri tak lepas dari kehidupan sehari-hari. Dengan berkomunikasi, seseorang akan bisa mencapai tujuan sesuai dengan apa yang diinginkan. Selain itu, dengan komunikasi bisa mengaktualisasikan diri di lingkungan sekitarnya.

Komunikasi memungkinkan seseorang mengakses informasi dan bertukar informasi dengan orang lain. Dengan informasi yang didapat melalui komunikasi tersebut seseorang juga akan mengembangkan pribadi dan lingkungannya. Karena komunikasi pengetahuan dan

pemahaman dapat disebar luaskan kepada semua orang. Tanpa sebuah komunikasi seseorang akan ketinggalan informasi dan pengetahuan yang dapat menghambat kemajuan.

Saat ini tingkat perkembangan komunikasi semakin canggih, seseorang tidak harus bertemu secara langsung (*face to face*) dengan orang lain untuk berkomunikasi. Cukup dengan membuka handphone lalu menuliskan pesan yang akan disampaikan maka proses komunikasi akan berlangsung. Media komunikasipun bermacam-macam. Mulai dari media cetak seperti koran, majalah, poster hingga media elektronik berupa televisi, radio, jaringan internet dan lain sebagainya.

Strategi komunikasi menjadi hal yang penting untuk memperoleh sumber informasi dan sosialisasi. Dengan strategi komunikasi, perolehan sumber informasi dan sosialisasi atas produk hukum dalam hal ini website JDIH Komisi Pemilihan Umum selaku badan yang menyelenggarakan pemilu. Strategi komunikasi yang tepat sebagai sumber informasi dan sosialisasi bertujuan agar proses penyampaian pengetahuan serta informasi tentang pemilu lebih efektif.

Hal ini sesuai dengan teori yang relevan sebagai *grand theory* terkait dengan strategi komunikasi KPU, yaitu mengacu pada teori tujuan dari Wayne & Peterson (2018:40) bahwa ada tiga tujuan atas penerapan strategi yaitu memastikan komunikan mengerti pesan yang diterima, menerima pesan tersebut untuk dilaksanakan dan mengambil tindakan dukungan untuk menerapkan strategi komunikasi tersebut. Ini berarti

penerapan strategi komunikasi tersebut harus jelas informasinya, sehingga mudah dilakukan sosialisasi ke masyarakat sebagai penerima pesan. Strategi komunikasi KPU tersebut sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH yang memberi kemudahan masyarakat mendapatkan pengetahuan regulasi kegiatan KPU.

Pembentukan Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) Komisi Pemilihan Umum (JDIH KPU) Kota Makassar untuk memudahkan masyarakat mendapatkan informasi yang dipublikasikan melalui situs website. Informasi tersebut baik berupa regulasi atau aturan lama maupun aturan baru terkait kegiatan Pemilu.

Diketahui bahwa JDIH disebut dalam GBHN 1993 bidang pembangunan hukum sektor sarana dan prasarana sebagai sarana penunjang pembangunan hukum. Dalam era Pemerintahan Reformasi rekomendasi termaksud langsung diwujudkan dengan mengundangkan Keputusan Presiden Nomor 91 Tahun 1999 tentang Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Nasional dalam Lembaran Negara No. 135. Kemudian dalam rangka melaksanakan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2011 tentang Rencana Aksi Pencegahan dan Pemerantasan Korupsi Tahun 2011, Keputusan Presiden tersebut direvitalisasi dan diganti dengan Peraturan Presiden Nomor 33 Tahun 2012 tentang Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Nasional, Lembaran Negara No 82.

Untuk menyesuaikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, Manual Unit Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum

juga telah direvisi dan dikembangkan oleh Pusat Jaringan dan dijadikan lampiran yang tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 02 Tahun 2013 tentang Standardisasi Pengelolaan Teknis Dokumentasi Dan Informasi Hukum, termasuk di dalamnya standarisasi website JDIH.

Website JDIH KPU dibentuk berdasarkan dasar hukum Peraturan Presiden No. 33 Tahun 2012 sebagai wadah pendayagunaan bersama atas dokumen hukum secara tertib, terpadu dan berkesinambungan, serta merupakan sarana pemberian informasi secara lengkap, akurat, mudah dan cepat. Website JDIH KPU JDIHN bertujuan untuk menjamin terciptanya Pengelolaan Dokumentasi dan Informasi Hukum yang terpadu dan terintegrasi di berbagai instansi pemerintah dan institusi lainnya serta menjamin ketersediaan dokumentasi dan informasi hukum yang lengkap dan akurat, serta dapat diakses secara cepat dan mudah.

JDIH KPU Kota Makassar dibentuk diawali dalam kegiatan Bimbingan Teknis Pembentukan dan Pengelolaan JDIH yang diberikan pembekalan menyangkut pengenalan, penyusunan dan penulisan abstrak pada produk hukum, serta tata cara atau mekanisme pengelolahan dan pengunggahan dokumentasi SK pada halaman JDIH.

Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar membentuk Tim Pengelola JDIH KPU Kota Makassar melalui Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar Nomor 41/HK.04-Kpt/7371/KPU-Kot/II/ 2021, tanggal 12 Februari 2021 tentang Pembentukan Tim Pembina dan Tim Teknis JDIH Di Lingkungan Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar,

dengan berpedoman pada Keputusan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 134/Kpts/KPU/Tahun 2016 tentang JDIH KPU dan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 533/HK.04-Kpt/03/KPU/XI/2020 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Dokumentasi dan Informasi Hukum di Lingkungan Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Provinsi dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota.

Informasi yang dimasukkan di dalam website JDIH KPU Kota Makassar berupa berita yang update terkait dengan KPU yang dapat ditemui pada kolom beranda, peraturan perundang-undangan serta keputusan terkait dengan KPU, monografi, surat edaran dan putusan. Selain itu dalam website JDIH KPU Kota Makassar ada juga keputusan-keputusan dari Bawaslu, MA dan MK terkait kasus-kasus dalam Pemilu Makassar dimual dalam item halaman JDIH KPU Kota Makassar dan bisa di cek langsung melalui https://jdih.kpu.go.id/sulsel/makassar/home.

Strategi komunikasi sebagai jembatan yang menghubungkan kebijakan dengan tujuan. Strategi seperti taktik yang diterapkan melalui kegiatan komunikasi yang menghubungkan kesenjangan antara tujuan dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan. Strategi komunikasi JDIH KPU ini merujuk pada jaringan pemikiran, gagasan, pemahaman yang mendalam, pengalaman, tujuan, keahlian, ingatan, persepsi, dan harapan yang memandu untuk publikasi informasi melalui media yang mudah diakses masyarakat, sehingga masyarakat bisa mendapatkan informasi terkait regulasi pelaksanaan pemilihan umum.

Batasan penelitian pada strategi komunikasi dari KPU yang menjadi sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH. Hal ini ditujukan untuk para pemilih pemula yang sudah melek teknologi namun belum mengetahui informasi yang tepat tentang hak dan kewajiban sebagai warga negara dalam pemilihan umum. Informasi yang didapat pun terkadang terlalu dalam dan luas sehingga sulit dipahami atau terlalu kaku baik itu dari segi penyampaian atau bentuk informasi yang diberikan. Melalui website JDIH, baik para pemilih pemula maupun masyarakat umum bisa mengakses langsung untuk mendapatkan informasi terkait produk hukum KPU pada pemilu tahun 2024.

Fenomena yang ditemukan di lapangan penerapan strategi komunikasi JDIH KPU masih perlu diperkuat atau dibenahi dalam pelaksanaannya, hal ini terlihat penerapan strategi komunikasi harus terus dilakukan *up date*. Secara khusus yang berkaitan dengan pembentukan tim, pembuatan materi sosialisasi, membuat konten hukum, menentukan kelompok sasaran dan saluran media sosial. Fakta yang terlihat bahwa tim-tim yang bekerja masih bersifat individu belum kolektif dalam satu kepentingan dan tujuan. Materi sosialisasi belum terarah sesuai dengan harapan dan target capaian. Termasuk dalam membuat konten hukum terkait peraturan Pemilu yang sulit diakses masyarakat. Kelompok sasaran yang kurang memahami sosialisasi yang dilakukan oleh KPU terkait kegiatan Pemilu. Termasuk penentuan saluran media sosial belum terkoordinasi dengan baik dalam penyampaian informasi dan berita Pemilu.

Penerapan strategi komunikasi JDIH KPU tidak terlepas dari faktor yang bisa mendukung dan menghambat terlihat dari realitas di tengah masyarakat antara lain sasaran komunikasi secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi strategi komunikasi yang tersedia. Termasuk faktor memilih media komunikasi yang digunakan oleh publik menjadi pertimbangan berhasil tidaknya strategi diterapkan. Hal yang sama juga berkaitan dengan faktor pengkajian tujuan pesan komunikasi yang diterapkan sebagai penentu strategi komunikasi. Dan peranan komunikator dalam komunikasi sesuai dengan isi pesan menentukan berhasil tidaknya strategi komunikasi yang diterapkan dengan baik.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan memiih judul: Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum sebagai Sumber Informasi dan Sosialisasi Produk Hukum melalui Website JDIH pada Pemilihan Umum Tahun 2024.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH pada Pemilu 2024?
2. Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat strategi komunikasi KPU pada Pemilu 2024?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH pada Pemilu 2024.
2. Untuk mengetahui faktor yang mendukung dan menghambat strategi komunikasi pada Pemilu 2024.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi dalam kajian pengembangan ilmu komunikasi terkait dengan strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH pada Pemilu 2024.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada yang berkepentingan sebagai pertimbangan dalam mengambil kebijakan strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH pada Pemilu 2024, dalam hal ini terkait pemilihan umum serentak guna meningkatkan partisipasi pemilih untuk Pemilu selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Hasil Penelitian

1. Nadia Zuhra Karla Lubis (2022). Political Communication Strategy of the PDI Perjuangan Party. Jurnal KOmunikasi dan Bisnis Vol. 10 No. 1, P-ISSN 2355-5181 | E-ISSN 2723-2956, DOI : 10.46806/jkb.v10i1.822. Strategi komunikasi politik menentukan kemenangan politik pihak dalam mendapatkan posisi tertinggi. Hasil pemilu 2019, menunjukkan bahwa PDI-P adalah partai politik pemenang dengan jumlah 27.053.961 suara atau sekitar (19,33%) suara. Kajian bertujuan untuk mendalami strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh PDI-P partai untuk merebut simpati pemilih sehingga menang politik kontestasi. Tinjauan literatur dalam penelitian ini berfokus pada politik strategi komunikasi dan komunikasi politik. Pelajaran ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam teknik kepada informan.

   Hasil penelitian ini menunjukkan politik strategi komunikasi partai PDI, antara lain: 1) dengan memanfaatkan kekuatan media massa untuk bersaing dalam pemilu 2019 seperti media elektronik; 2) desain pesan politik yang konsisten sering disampaikan seperti selalu bekerja untuk kepentingan dan kesejahteraan rakyat, karya kita karya Indonesia; dan 3) strategi pembentukan dan mempertahankan citra merek sebagai partai politik yang berpihak pada rakyat kecil dengan perkumpulan partai wong cilik

2. Ruly Sari Soleha (2022). The General Election Commission Strategy through Election Education in Increasing the Political Participation of Begineers Voters Based on Democracy Principles. International Journal of Law, Environment and Natural Resource Vol. 2 No. 2. DOI: https://doi.org/10.51749/injurlens.v2i2.32. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi KPU melalui pendidikan pemilu dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih baru berdasarkan prinsip demokrasi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.

   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemilih pemula pada dasarnya membutuhkan pendidikan politik terkait pemilu yang diselenggarakan oleh KPU. Kondisi pemilih pemula yang masih rentan dengan politik negatif tentu menjadi penghambat kemajuan demokrasi di Indonesia. Dengan adanya pendidikan politik bagi pemilih pemula, tentunya hasil yang diharapkan pada pesta demokrasi tahun 2024 mendatang adalah meningkatnya kesadaran pemilih muda.

3. Paisal Akbar (2022). Communication Networks and Socialization Content for the 2020 Regional Head Election by the General Election Commission in Indonesia on Twitter. Jurnal Netralitas ASS Vol. 1 No. 1. DOI: https://doi.org/10.55108/jnp.v1i1.176. Tahapan pemilu yang biasanya melibatkan banyak orang, seperti kampanye dan sosialisasi Pemilu 2020, harus dilakukan secara daring atau “in-network” untuk menghindari penyebaran Covid-19, salah satunya melalui media sosial. KPU harus bisa memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mensosialisasikan tahapan-tahapan pemilu

yang telah dan akan diselenggarakan. Kajian ini secara khusus ingin melihat bagaimana KPU RI menggunakan Twitter sebagai media sosial di Pemilu 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan Qualitative Data Software Analysis (QDSA) dan Social Network Analysis (SNA) yang berfungsi sebagai alat analisis. QDSA menggunakan NVivo 12 Plus, sedangkan SNA yang digunakan adalah NodeXL Pro.

Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan Media Sosial Twitter sebagai sarana sosialisasi merupakan bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari sosialisasi Pemilu 2020. Keterkaitan antara akun Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia dengan akun lainnya mengakibatkan terjadinya pertukaran pesan dengan cara mention satu sama lain. Intensitas sosialisasi tahapan pelaksanaan dan kategori isi pesan yang disampaikan dalam akun KPU juga sudah teridentifikasi. Penerapan taktik media sosial yang dilakukan KPU selama periode pemilu 2020 dapat dikategorikan sebagai institusional dan individual. Munculnya jaringan komunikasi dan dampak penggunaan media sosial pada tingkat partisipasi yang dihasilkan juga disajikan.

4. Jihan Nafila Putri (2022). Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Bima pada Pemilu 2020. Tesis Ilmu Komunikasi UIN Mataram. http://etheses.uinmataram.ac.id/4120/1/Jihan%20Nafilah%20Futri%20180301154-.pdf. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi

komunikasi yang diterapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Bima dalam mengurangi angka golput pada Pemilu 2020. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai strategi komunikasi KPU dalam upaya mengurangi angka golput, yang dilakukan dengan cara interview/ wawancara dan ditambah dengan menggunakan data sekunder melalui dokumen yang terkait sebagai data pelengkap dalam penelitian, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan teori strategi komunikasi Onong Uchjana Effendy.

Hasil penelitian menemukan bahwa KPU Kabupaten Bima telah melaksanakan langkah-langkah dalam merumuskan strategi komunikasi dimulai dari mengenali sasaran komunikasi/ khalayak, pemilihan penggunaan media, pengkajian tujuan pesan komunikasi, hingga peran komunikator. Adapun hambatan yang dialami oleh KPU Kabupaten Bima dalam penerapan strategi komunikasinya, menurut hasil menunjukan bahwa kurangnya SDM dan partisipasi dari masyarakat dan adanya penyebaran virus Covid-19. Dilihat dari efektivitas penerapan strategi komunikasinya, maka hasil wawancara menunjukan bahwa strategi yang dimaksut cukup efektif dalam pengurangan angka golput. indeks tersebut diantaranya di tunjukkan oleh adanya pengurangan angka golput pada Pemilu tahun 2020

5. Qorina Lois Fadillah (2022). Strategi Komunikasi KPU Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula

pada Pilada 2022. Jurnal Ilmu Komunikasi. http://1855-Article%20Text-6125-1-10-20220904%20(1).pdf. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan KPU Yogyakarta dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2020. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Penulis menggunakan teori strategi komunikasi milik Harold Lasswell yang terdiri dari komunikator, pesan, media, komunikan.Dari hasil penerapan strategi komunikasi KPU Yogyakarta berhasil meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2020 sebanyak 7,28% dibanding Pemilu sebelumnya yang hanya 5,95% dalam bentuk sosialisasi pendidikan pemilih dengan mengoptimalkan beberapa pertemuan secara virtual, tatap muka terbatas dan penggunaan teknologi sosial media.

6. Desak Putu Adistyananingsih (2019). Strategi Komunikasi KPU untuk Meningkatkan Partisipasi Politik dalam Pemilu Kabupaten Gianyar. SINTESA: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 10 No. 2. Tingginya tingkat partisipasi masyarakat dalam pemilu ternyata tidak semata-mata menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi demokrasi, karena munculnya fenomena mobilisasi partisipasi. Tujuan penelitian ini adalah mengkaji strategi komunikasi KPU untuk meningkatkan jumlah peserta mengikuti pemilihan kepala daerah Kabupaten Gianyar. Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang merupakan lembaga yang memimpin jalannya pemilihan umum di Indonesia sangat dibutuhkan

melakukan strategi komunikasi dalam proses sosialisasi kepada masyarakat dan KPU juga harus mengerti apa yang diinginkan rakyat. Penelitian ini dilakukan di kantor komisi pemilihan umum Kabupaten Gianyar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum untuk meningkatkan partisipasi politik dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten Gianyar dapat dikatakan efektif karena persentase partisipasi masyarakat meningkat dari periode sebelumnya yang mencapai 81%. Selain itu, masyarakat sudah mulai memahami bagaimana menjadi pemilih cerdas melalui informasi, informasi dan motivasi yang disampaikan oleh KPU tepat sasaran.

7. Siti Zaenab (2019). Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Bangkalan. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 9 No. 1. Penelitian ini membahas bagaimana strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bangkalan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan kepala daerah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menyelidiki lebih dalam fokus yang diamati. Teori yang digunakan adalah teori perencanaan strategis. Hasil penelitian ini adalah (1) strategi komunikasi KPU Kabupaten Bangkalan untuk meningkatkan partisipasi pemilih menggunakan metode konvensional, (2) strategi pendidikan pemilih pemula merupakan salah satu strategi KPU dengan memberikan perhatian khusus kepada pemilih pemula. Mereka adalah siswa SMA/sederajat, dengan menggandeng pemilih pemula.

8. Maria Delsiana Bouk (2021). Strategi KPU Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilada di Kabupaten Malaka. Jurnal Poros Politik ISSN: 2528-0953. Masalah yang melatarbelakangi penelitian ini adalah "Bagaimana strategi komisi pemilihan umum KPU kabupaten Malaka dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula pada Pemilu"? Fokus penelitian adalah "partisipasi politik pemilih pemula pada Pemilu di Kabupaten Malaka Tahun 2020"tujuan penelitian adalah "untuk mengetahui sejauh mana partisipasi politik pemilih pemula pada pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah di kabupaten Malaka" Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

   Hasil penelitian menunjukan bahwa Penelitian mengenai strategi Komisi Pemilihan Umum KPU kabupaten Malaka dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula pada Pemilu Tahun 2020 dianalisis penelitian dengan menggunakan teori Mohtar Mos, oed yang terdiri dari dua dimensi yaitu Perencanaan dan Pelaksanaan berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian serta penjabaran dari masing-masing dari dimensi dan teori yang digunakan, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa pelaksanaan strategi KPU Kabupaten Malaka dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula pada Pemilu belum berjalan dengan baik karena

beberapa faktor di antaranya keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan anggaran yang dimiliki KPU Kabupaten Malaka. Massa Pandemic covid-19 jadi KPU Kabupaten Malaka hanya mengandalkan sosialisasi melalui media massa seperti facebook, Instagram, twiter, youtube.

9. Adrian Fairuzi (2020). Analisis Strategi Komunikasi Publik dalam Membangun dan Mempertahankan Pola Hubungan Masyarakat. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Humaniora EPIGRAM Vol. 17 No. 1. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi kehumasan Aston Priority Simatupang Hotel & Conference Center dalam membangun dan memelihara hubungan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, observasi non partisipan, dan triangulasi sumber. Objek penelitian ini adalah Aston Priority Simatupang Hotel & Conference Center. Data sekunder dikumpulkan melalui dokumentasi kegiatan kehumasan.

   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aston Priority Simatupang Hotel & Conference Center telah menerapkan strategi komunikasi kehumasan dengan menggunakan media online dan offline dalam membangun hubungan dengan masyarakat. Hasil implementasi strategi komunikasi kehumasan menunjukkan bahwa Aston Priority Simatupang Hotel & Conference Center mengalami peningkatan

engagement dan occupancy sebesar 60% karena informasi yang diberikan melalui media dan antusiasme masyarakat terhadap kegiatan yang dibuat oleh kehumasan meningkat.

10. Feliza Zubair (2018). Strategi Komunikasi Publik dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa terhadap Penerapan PTNBH. Jurnal Komunikasi Profetik Vol. 11 No. 2. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Humas Institut Pertanian Bogor (IPB) dalam membangun pemahaman mahasiswa IPB terhadap penerapan PTNBH. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Wawancara mendalam dilakukan kepada Kabid Humas IPB dan Ketua Bem IPB, observasi dan studi pustaka. Teori yang digunakan adalah Kontruksi Atas Realitas, teori Stakeholder, teori Relationship Management dan konsep Komunikasi Publik.

    Hasil penelitian menunjukan bahwa pihak IPB mengkonstruksi esensi dari PTNBH yaitu otonomi, keleluasaan dalam penyelenggaraan rumah tangganya untuk menghasilkan pendidikan yang bermutu, ke dalam program-program yang dapat mendukung kemajuan mahasiswa. IPB dapat membangun hubungan menejerial yang alamiah dengan mahasiswa. Penelitian ini menunjukan bahwa strategi komunikasi publik yang dilakukan lembaga dapat membentuk kesepahaman dalam upaya menjaga relasi yang saling menguntungkan antara pengelola atau menejemen IPB/PTNBH dengan mahasiswa.

Berikut ditunjukkan tabel penelitian terdahulu:

Tabel 1
Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul	Metode	Hasil
1	Nadia Zuhra Karla Lubis (2022)	Political Communication Strategy of the PDI Perjuangan Party Jurnal Komunikasi dan Bisnis Vol. 10 No. 1, P-ISSN 2355-5181 | E-ISSN 2723-2956, DOI : 10.46806/jkb.v10i1.822.	Deskriptif Kualitatif	Politik strategi komunikasi partai PDI, antara lain: 1) dengan memanfaatkan kekuatan media massa untuk bersaing dalam pemilu 2019 seperti media elektronik; 2) desain pesan politik yang konsisten sering disampaikan seperti selalu bekerja untuk kepentingan dan kesejahteraan rakyat, karya kita karya Indonesia; dan 3) strategi pembentukan dan mempertahankan citra sebagai partai politik berpihak pada rakyat kecil dengan perkumpulan partai wong cilik
2	Ruly Sari Soleha (2022)	The General Election Commission Strategy through Election Education in Increasing the Political Participation of Begineers Voters Based on Democracy Principles. International Journal of Law, Environment and Natural Resource Vol. 2 No. 2. DOI: https://doi.org/10.51749/injurlens.v2i2.32	Kualitatif	Pemilih pemula pada dasarnya membutuhkan pendidikan politik terkait pemilu yang diselenggarakan oleh KPU. Kondisi pemilih pemula yang masih rentan dengan politik negatif tentu menjadi penghambat kemajuan demokrasi di Indonesia. Dengan adanya pendidikan politik bagi pemilih pemula, tentunya hasil yang diharapkan pada pesta demokrasi tahun 2024 mendatang adalah meningkatnya kesadaran pemilih muda

Bersambung

Sambungan

No	Nama/Tahun	Judul	Metode	Hasil
3	Paisal Akbar (2022)	Communication Networks and Socialization Content for the 2020 Regional Head Election by the General Election Commission in Indonesia on Twitter Jurnal Netralitas ASS Vol. 1 No. 1. DOI: https://doi.org/10.55108/jnp.v1i1.176	Deskriptif Kualitatif	Pemanfaatan Media Sosial Twitter sebagai sarana sosialisasi merupakan bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari sosialisasi Pemilu 2020. Keterkaitan antara akun Komisi Pemilihan Umum RI dengan akun lainnya mengakibatkan terjadinya pertukaran pesan dengan cara mention satu sama lain. Intensitas sosialisasi tahapan pelaksanaan dan kategori isi pesan yang disampaikan dalam akun KPU juga sudah teridentifikasi
4	Jihan Nafila Putri (2022)	Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Bima pada Pemilu 2020. Tesis Ilmu Komunikasi UIN Mataram http://etheses.uinmataram.ac.id/4120/1/Jihan%20Nafilah%20Futri%2018 0301154-.pdf.	Deskriptif	KPU Kabupaten Bima telah melaksanakan langkah-langkah dalam merumuskan strategi komunikasi dimulai dari mengenali sasaran komunikasi/ khalayak, pemilihan penggunaan media, pengkajian tujuan pesan komunikasi, hingga peran komunikator. Adapun hambatan yang dialami dalam penerapan strategi komunikasinya, hasil menunjukan bahwa kurangnya SDM dan partisipasi dari masyarakat
5	Qorina Lois Fadillah (2022)	Strategi Komunikasi KPU Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih	Deskriptif Kualitatif	Penerapan strategi komunikasi KPU Yogyakarta berhasil meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu

Bersambung

Sambungan

No	Nama/Tahun	Judul	Metode	Hasil
		Pemula pada Pilada 2022. Jurnal Ilmu Komunikasi. http://1855-Article%20Text-6125-1-10-20220904%20(1).pdf		sebelumnya yang hanya 5,95% dalam bentuk sosialisasi pendidikan pemilih dengan mengoptimalkan beberapa pertemuan secara virtual, tatap muka terbatas dan penggunaan teknologi sosial media
6	Desak Putu Adistyananingsih (2019)	Strategi Komunikasi KPU untuk Meningkatkan Partisipasi Politik dalam Pemilu Kabupaten Gianyar. SINTESA: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 10 No. 2	Deskriptif	Strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum untuk meningkatkan partisipasi politik dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten Gianyar dapat dikatakan efektif karena persentase partisipasi masyarakat meningkat dari periode sebelumnya yang mencapai 81%. Selain itu, masyarakat sudah mulai memahami bagaimana menjadi pemilih cerdas melalui informasi, informasi dan motivasi yang disampaikan oleh KPU tepat sasaran
7	Siti Zaenab (2019)	Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Bangkalan Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 9 No. 1	Kualitatif	Strategi komunikasi KPU Kabupaten Bangkalan untuk meningkatkan partisipasi pemilih menggunakan metode konvensional. Strategi pendidikan pemilih pemula merupakan salah satu strategi KPU dengan memberikan perhatian khusus kepada pemilih pemula. Mereka adalah siswa SMA/sederajat, dengan menggandeng pemilih pemula

Bersambung

Sambungan

No	Nama/Tahun	Judul	Metode	Hasil
8	Maria Delsiana Bouk (2021)	Strategi KPU Mening-katkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilada di Kabupaten Malaka Jurnal Poros Politik ISSN: 2528-0953	Deskriptif Kualitatif	Pelaksanaan strategi komunikasi KPU dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula pada Pemilu belum berjalan dengan baik karena beberapa faktor di antaranya keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan anggaran yang dimiliki KPU Kabupaten Malaka di mana hanya mengandal-kan sosialisasi melalui media massa seperti facebook, Instagram, twiter, youtube
9	Adrian Fairuzi (2020)	Analisis Strategi Komunikasi Publik dalam Membangun dan Mempertahankan Pola Hubungan Masyarakat Jurnal Penelitian dan Pengembangan Humaniora EPIGRAM Vol. 17 No. 1	Deskriptif	Strategi komunikasi kehumasan menunjukkan bahwa perusahaan mengalami peningkatan *engagement* dan *occupancy* sebesar 60% karena informasi yang diberikan melalui media dan antusiasme masyarakat terhadap kegiatan yang dibuat oleh kehumasan meningkat
10	Feliza Zubair (2018)	Strategi Komunikasi Publik dalam Mem-bangun Pemahaman Mahasiswa terhadap Penerapan PTNBH Jurnal Komunikasi Profetik Vol. 11 No. 2	Deskriptif	Strategi komunikasi publik yang dilakukan lembaga dapat mem-bentuk kesepahaman dalam upaya menjaga relasi yang saling menguntungkan antara pengelola atau mana-jemen IPB/PTNBH dengan mahasiswa

B. Tinjauan Konsep dan Teori

1. Teori Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategos*", yang berarti *a general set of maneuver carried out to overcome an enemy during combat*, yaitu sekumpulan senjata yang digunakan untuk memerangi musuh selama peperangan (Damsar, 2018:109). Istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi, dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan, hanya saja aplikasinya disesuaikan jenis organisasi yang menerapkannya.

Strategi diartikan sebagai suatu cara yang digunakan oleh manajer atau pimpinan puncak untuk mencapai tujuan organisasi (Cangara, 2016:141). Strategi merupakan landasan awal bagi sebuah organisasi dan elemen-elemen di dalamnya untuk menyusun langkah-langkah atau tindakan dengan memperhitungkan faktor internal dan eksternal dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

Penerapan strategi terdiri dari tiga tahap, yaitu dimulai dari perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Subakti (2019) perumusan strategi terdiri dari pengembangan misi bisnis, identifikasi faktor eksternal (peluang dan ancaman), menentukan faktor internal (kekuatan dan kelemahan), menyusun tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi yang tepat untuk dilaksanakan.

Disamping itu, dari penerapan strategi tersebut memiliki beberapa karakteristiknya sebagai berikut: (Cangara, 2016:142)

a. Wujud strategi berupa perencanaan yang dituangkan dalam rencana strategi dan rencana operasional dan program kerja.
b. Rencana strategi berorientasi pada jangkauan masa depan (jangka panjang), rencana operasional ditetapkan untuk rencana jangka menengah dan program-program kerja untuk rencana jangka pendek.
c. Visi, misi, dan tujuan strategi organisasi merupakan acuan untuk merumuskan rencana strategi.
d. Rencana strategis dijabarkan menjadi rencana operasional yang berisi program-program operasional dengan sasaran jangka pendek.
e. Penetapan rencana strategis dan rencana operasional harus melibatkan manajemen puncak. Pelaksanaan strategi yang tertuang dalam program kerja harus dilakukan melalui fungsi-fungsi manajemen yang mencakup pengorganisasian, pelaksanaan (*actuating*), penganggaran, dan kontrol.

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu (Beebe, 2019:12). Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan

organisasi dan implementasi misinya. Artinya, bahwa para manajer memainkan peranan penting yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi (Handoko, 2018:51).

Berdasarkan perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan. Pernyataan strategi secara eksplisit merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis (Naisbitt, 2018:68).

Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan bersifat subyektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain (Handoko, 2018:7). Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu strategi mempengaruhi kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang, khusunya untuk lima tahun, dan berorientasi ke masa depan. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal.

Menurut Quinn (2019:102) strategi meliputi sasaran terpenting yang akan dicapai, kebijakan penting yang mengarahkan pelaksanaan

dan langkah pelaksanaan untuk mewujudkan sasaran tersebut. Mewujudkan beberapa konsep dan dorongan yang memberikan hubungan, keseimbangan dan fokus. Strategi mengutarakan sesuatau yang tidak dapat diduga semula atau sesuatu yang tidak dapat diketahui. Quinn (2019:103) menjelaskan lebih lanjut bahwa strategi adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan dan aksi utama dalam hubungan yang kohesif. Suatu strategi yang baik akan membantu organisasi dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki dalam bentuk unique berbasis kompetensi internal serta kemampuan mengantisipasi lingkungan.

Strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelengensi/pikiran untuk membawa sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efesien (Pawito & Sardjono, 2019:18). Oleh karena itu, strategi sangat berperan penting untuk membentuk sumber daya tersedia demi tercapainya tujuan tertentu untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dan efesien.

Strategi merupakan perluasan misi guna menjembatani organisasi dengan lingkungannya. Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Dalam teori strategi dari Chander Jr (2018:251) strategi

yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan pada dasarnya rencana ini meliputi adanya tujuan-tujuan dan sasaran jangka panjang serta penetapan rencana aktivitas dan pengalokasian sumber daya manusia yang harus dilakukan oleh suatu organisasi.

Chalder Jr (2018:252) menjelaskan dua kelompok strategi yaitu kelompok pertama adalah strategi merupakan suatu perencanaan atau seperangkat panduaan eksplisit yang disusun sebelum organisasi mengambil tindakan (*planning mode*). Kelompok kedua model evaluasi yang merupakan pengambilan keputusan strategi secara bertahap atau selangkah demi selangkah sejak dengan perkembangan organisasi sebelum pada akhinya menjadi strategi yang utuh dan lengkap.

Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strategi memiliki prinsip yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena strategi memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Adapun prinsip-prinsip strategi perusahaan:

a. Mencapai keunggulan bersaing dengan cara diferensiasi (menduduki posisi yang khusus) dan biaya rendah (mempunyai biaya produksi yang relative rendah dibanding pesaing).
b. Menyesuaikan tujuan dengan sumber daya yang ada, perhitungan resiko.
c. Menggunakan kesempatan dalam lingkungan, menghindari resiko-resiko yang ada.

d. Menciptakan kesatuan doktrin (*unite de doctrine*), motivasi, semangat dan kesatauan tujuan.

Dalam lingkungan organisasi strategi sangat penting dalam kemajuan dalam pencapaian tujuan dan sasaran yang ingin dicapai, disini pula strategi mempunyai banyak peranan penting dalam belangsungannya suatu organisasi. Menurut Grant (2019:71) strategi memiliki 3 peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu:

a. Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai sukses. Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.
b. Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi salah satu peranan penting strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan.
c. Strategi sebagai target konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan di mana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi, tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi perusahaan.

2. Teori Komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *“comunis”,* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara

dua orang atau lebih. Akar katanya *“communis”* adalah *“communico”* yang artinya berbagi (Vardiansyah, 2017:103). Dalam literatur lain disebutkan komunikasi juga berasal dari kata “*communication”* atau “*communicare”* yang berarti " membuat sama" *(to make common)*. Istilah “*communis”* adalah istilah yang paling sering di sebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata kata Latin yang mirip Komuniksi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan di anut secara sama.

Komunikasi berasal dari akar kata yang maknanya selalu melibatkan pertukaran simbol atau tanda baik verbal maupun nonverbal, dan terbangunnya relasi kebersamaan antara komunikator dengan komunikan. Simbol atau tanda verbal seperti bahasa lisan dan bahasa tulisan. Sementara simbol atau tanda nonverbal seperti mimic, gerak-gerik serta suara. Terbangunnya relasi kebersamaan ini bukan selalu sebagai hubungan yang positif seperti keakraban atau keintiman melainkan terbentuknya kontak hubungan antara pengirim pesan dengan penerima pesan melalui simbol atau tanda-tanda tertentu yang bersifat verbal atau nonverbal. Aplikasi kontak simbol ini baik dilakukan dengan diri sendiri (intrapersonal) maupun dengan pihak lain (antarpersonal) (DeVito, 2017:72).

Kehidupan manusia di dunia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi karena komunikasi merupakan bagian integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia dan masyarakat. Aktivitas komunikasi dapat dilihat pada setiap aspek kehidupan sehari-

hari manusia yaitu sejak dari bangun tidur sampai manusia beranjak tidur pada malam hari. Bisa dipastikan sebagian besar dari kegiatan kehidupan kita mengunakan komunikasi baik komunikasi verbal maupun nonverbal. Namun, apa yang dimaksud dengan komunikasi itu sendiri.

Pawito dan C Sardjono (2019:12) mencoba mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses dengan pesan dipindahkan atau dioperkan (lewat suatu saluran) dari suatu sumber kepada penerima dengan maksud mengubah perilaku, perubahan dalam pengetahuan, sikap dan atau perilaku *overt* lainnya. Sekurang-kurangnya didapati empat unsur utama dalam model komunikasi yaitu sumber *(the source),* pesan *(the message),* saluran *(the channel)* dan penerima *(the receiver).*

Schramm (2018:211) menyatakan komunikasi sebagai suatu proses berbagi *(sharing process).* Schramm menguraikannya bahwa komunikasi berasal dari kata-kata (bahasa) Latin communis yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonnes*) dengan seseorang. Manusia berusaha berbagi informasi, ide atau sikap. Seperti dalam uraian ini, misalnya saya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memiliki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu” (Suprapto, 2016:2-3).

DeVito (2017:78) mengemukakan komunikasi sebagai transaksi. Transaksi yang dimaksudkannya bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait dan bahwa para komunikatornya beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan. Dalam setiap proses transaksi, setiap elemen berkaitan secara integral dengan elemen lain.

Sebagai proses, komunikasi bersifat khas dan umum, sempit dan luas dalam ruang lingkupnya. Komunikasi antarmanusia merupakan suatu rangkaian proses yang halus dan sederhana. Selalu dipenuhi dengan berbagai unsur-sinyal, sandi, arti tak peduli bagaimana sederhananya sebuah pesan atau kegiatan itu. Komunikasi antarmanusia juga merupakan rangkaian proses yang beraneka ragam. Ia dapat menggunakan beratus-ratus alat yang berbeda, baik kata maupun isyarat ataupun kartu berlubang baik berupa percakapan pribadi maupun melalui media massa dengan audience di seluruh dunia, ketika manusia berinteraksi saat itulah mereka berkomunikasi, saat orang mengawasi orang lain, mereka melakukan melalui komunikasi (Blake dan Haroldsen, 2017:33).

Sendjaja (2019:144) dalam menjabarkan definisi yang dapat mewakili sudut pandang dan konteks pengertian komunikasi. Definisi-definisi tersebut antara lain:

a. Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak).

b. Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain.
c. Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*).
d. Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih.
e. Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.
f. Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya.

Riswandi (2019:95) menyimpulkan beberapa karakteristik komunikasi berdasar berbagai definisi yang dikemukakan para ahli, antara lain:

a. Komunikasi adalah suatu proses, artinya komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu.

b. Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya.

c. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat kegiatan komunikasi akan berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan.

d. Komunikasi bersifat simbolis karena dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang. Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah bahasaverbal dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka-angka atau tanda-tanda lainnya.

e. Komunikasi bersifat transaksional. Komunikasi pada dasarnya menuntut dua tindakan, yaitu memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau porsional.

f. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu Maksudnya bahwa para pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi seperti telepon, internet, faximili, dan lain-lain, faktor ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi. (Riswandi, 2019).

Jika dilihat sekilas dari ulasan di atas, kiranya dapat ditarik benang merah bahwa tiap ahli bisa memiliki pandangan beragam dalam mendefinisikan komunikasi. Komunikasi terlihat sebagai kata yang abstrak sehingga memiliki banyak arti. Kenyataannya untuk menetapkan satu definisi tunggal terbukti sulit dan tidak mungkin terutama jika melihat pada berbagai ide yang dibawa dalam istilah itu.

Komunikasi merupakan proses yang menjadi dasar pertama memahami hakikat manusia, dikatakan sebagai proses karena ada aktivitas yang melibatkan peranan banyak elemen atau tahapan yang meskipun terpisah-pisah, namun semua tahapan ini saling terkait sepanjang waktu. Contoh, dalam suatu percakapan yang sederhana saja selalu ada langkah seperti penciptaan pesan, pengiriman, penerimaan, dan interpretasi terhadap pesan (Naisbitt, 2018:34).

Hoben dalam Lesmana (2016:61) bahwa komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan. Asumsi di balik definisi tersebut adalah bahwa suatu pikiran atau gagasan secara berhasil dipertukarkan. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian atau pertukaran informasi dari komunikan kepada komunikator sehingga mendapat pemahaman yang sesuai dengan yang diberikan komunikator yang kemudian menimbulkan pengaruh seperti memberikan tanggapan kembali sehingga terjadi proses penyampaian pesan yang lebih lanjut.

Grant (2019:155) unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu:

a. Sumber (komunikator), komunikator yaitu orang yang mengirim dan menjadi sumber informasi atau pesan yang disampaikan baik secara sengaja atau tidak disengaja.
b. Pesan, komunikator menyampaikan informasi atau pesan-pesan kepada sasaran yang dituju. Pesan dapat disampaikan secara langsung ataupun tidak langsung dan bersifat verbal ataupun nonverbal.
c. Media, dalam menyampaikan pesan, seorang komunikator membutuhkan alat komunikasi yang sesuai dengan keadaan dan pesan yang disampaikan. Media adalah sarana yang digunakan untuk menyalurkan pesan-pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan.
d. Komunikan, merupakan individu ataupun kelompok tertentu yang menjadi sasaran penerima pesan dari proses komunikasi.
e. Efek, adalah respon tanggapan atau reaksi dari komunikasi ketikan komunikan telah menerima pesan dari komunikator. Sehingga efek dapat dikatakan akibat dari proses komunikasi.

Lesmana (2016:136) mengemukakan beberapa fungsi-fungsi dasar komunikasi yaitu:

a. Pendidikan dan pengajaran, kedua fungsi ini dimulai dari dalam rumah, misalnya pendidikan nilai dan norma budaya, budi pekerti, dan sopan santu (fungsi pengajaran) oleh orang tua dang anggota keluarga lain. Kedua hal tersebut dapat dilaksakan melalui pendidikan formal seperti di sekolah dan nonformal atau informal dalam masyarakat. Komunikasi menjadi sarana penyediaan

pengetahuan, keahlian, dan ketrampilan untuk memperlancar peranan manusia dan memberi peluang bagi orang lain untuk aktif dalam kehidupan masyarakat.

b. Informasi, setiap orang pastinya membutuhkan informasi dalam kehidupan sehari-harinya untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Informasi ini dapat diperoleh dari komunikasi lisan dan tertulis melalui komunikasi antarpersonal, kelompok, organisasi, dan komunikasi media massa.
c. Hiburan, manusia harus mengalihkan perhatianya dari situasi stres ke situasi yang lebih santai dan menyenangkan. Hiburan merupakan salah satu kebutuhan penting bagi semua orang. Komunikasi menyediakan hiburan misalnya melalui film, radio, drama, musik, literatur, komedi, dan permainan.
d. Diskusi, kehidupan penuh dengan berbagai pandangan dan pendapat yang berbeda-beda, untuk menyatukan perbedaan itu dibutuhkan debat dan diskusi antarpersonal maupun dalam kelompok. Melalui diskusi dan debat akan ditemukan kesatuan pendapat sambil tetap menghargai perbedaan yang dimilik orang lain. Komunikasi merupakan sarana yang baik bagi penyaluran bakat untuk berdebat dan berdiskusi tentang gagasan baru yang kreatif dalam membangun kehidupan bersama.
e. Persuasi, mendorong untuk terus berkomunikasi dalam rangka penyatuan pandangan yang berbeda dalam rangka pembuatan keputusan personal maupun kelompok atau organisasi.

Komunikasi memungkinkan para pengirim pesan bertindak sebagai seorang persuader terhadap penerima pesan yang diharapkan akan berubah pikiran dan perilakunya.

f. Promosi, komunikasi juga menyediakan kemungkinan atau peluang untuk memperkenalkan, menjaga dan melestarikan tradisi budaya suatu masyarakat. Komunikasi membuat manusia dapat menyampaikan dan menumbuhkembangkan kreativitasnya dalam rangka pengembangan kebudayaan.

g. Integrasi, dalam hal ini melalui komunikasi sejumlah orang yang melintas ruang dan waktu di muka bumi ini dapat diintefrasikan, artinya dengan komunikasi makin banyak orang saling mengenal dan mengetahui keadaan masing-masing. Suatu bangsa yang besar dapat diintegrasikan melalui komunikasi, misalnya komunikasi melalui media massa.

3. Teori New Media

Era New Media ditandai adanya *connectivity* (saling terhubung), akses yang terbuka, universal, fleksibel dan interaktif (Suherman, 2020:33) Internet adalah hasil dari era new media. Internet, sebagai media baru menghasilkan media online. media online merupakan sebuah penyedia informasi secara digital yang interaktif, cepat, aktual, fleksibel. Media online dapat mengunggah berita apa yang sedang terjadi (Romli, 2018:141), sehingga, media online menjadi tujuan utama khalayak yang mencari informasi kala pandemi.

Media baru atau *new media* merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan

ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (Fog, 2018:119). Media baru muncul dari berbagai inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa sekarang. Media lama seperti televisi, film, majalah, dan buku bukan serta merta mati begitu saja, melainkan berproses dan beradaptasi dalam bentuk media baru.

Fachruddin (2021:38) mendefinisikan new media yang ditekankan pada format isi media yang dikombinasi dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital. Sistem penyebarannya melalui jaringan internet. Pada era sekarang ini jaringan internet sangat memudahkan orang dalam mengakses bentuk-bentuk baru dari media komunikasi. New media mencakup berbagai aspek. Pertama, sebagai hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media. Kedua, *new media* merupakan cara baru dalam merepresentasikan dunia sebagai masyarakat virtual. Ketiga, merupakan bentuk hubungan baru antara pengguna dengan teknologi media. Keempat, merupakan sebuah pengalaman baru dari gambaran baru seseorang, identitas dan komunitas. Kelima, merupakan konsepsi hubungan biologis tubuh dengan teknologi media. Dan yang terakhir, mencakup budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi

Teori media baru dikembangkan oleh Pierre Levy dalam Fachruddin (2021:38) media baru dideskripsikan sebagai produk teknologi komunikasi yang hadir bersamaan dengan komputer digital.

Sebelum tahun 1980-an, media massa memaksimalkan penggunaan cetak dan model analog, seperti koran, televisi, sinema, dan radio. Namun sekarang hadir dengan bentuk digitalisasi (Creeber & Martin, 2019:58). Media baru, faktanya, merupakan alternatif media tradisional, dan kekhususannya tercermin dalam budaya digital. Media baru biasanya mencakup blog, podcast, penerbitan video dan layanan berbagi (misalnya, YouTube), jaringan sosial (misalnya, Facebook, microblogging (misalnya, Twitter dan Instagram), konferensi video, sistem pesan instan (ICQ, AOL, dan Whatsapp) dan lainnya. Media baru memiliki karakteristik seperti multimedia, interaktivitas dan hipertekstualitas.

Proses komunikasi di media baru dibedakan dengan kecepatannya dalam penyebaran informasi, keterbukaan dan singkat. Isi media tradisional dibuat oleh orang-orang dengan kompetensi profesional (wartawan dan penulis), yang menjamin keakuratan konteks dari teks. Media baru mengandaikan kehadiran pengguna yang tidak hanya dapat membuat konten multimedia sendiri, tetapi juga dapat mendistribusikannya menggunakan program khusus, layanan, dan juga mengonsumsi teks dari pengguna lain. Karenanya, ciri lain dari media baru adalah munculnya peran komunikatif baru dari pengguna (gabungan pengirim dan penerima informasi).

Format online media baru dan kemampuan orang biasa untuk berpartisipasi dalam menciptakan teks, memperluas batas teks, penggunaan teknologi informasi adalah model digital untuk membuat

dan mendistribusikan konten dalam kerangka budaya digital. Konten digital media baru ditempatkan pada platform dan layanan virtual (aplikasi, situs web) yang tersedia untuk jutaan audiens. Pesan media baru dicirikan tidak hanya oleh interaktivitas dan kemungkinan pengeditannya, tetapi juga oleh singkatnya dan seringnya disertai visual.

4. Strategi Komunikasi

Strategi hakikatnya terdiri atas perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) dalam mencapai suatu tujuan. Cangara (2017:81) mengatakan batasan strategi komunikasi sebagai suatu rencana yang dibuat untuk mengubah tingkah laku dari seseorang atau orang lain melalui berbagai pandangan dan sudut lain agar mendapat gagasan baru. Jembatan penghubung kebijakan dengan tujuan, kata lain dari strategi.

Secara umum, strategi merupakan konsep yang menjurus pada jaringan pemikiran, gagasan, pemahaman yang mendalam berdasar pengalaman, tujuan strategi, mempunyai keahliaan dalam strategi berdasar presepsi yang nantinya ada harapan yang membantu dalam mencapai tujuan (Harivarman, 2018:42). Keberhasilan dalam mencapai tujuan kegiatan komunikasi secara aktif banyak ditentukan oleh bagaimana bentuk strategi komunikasi. dengan kata lain jika strategi komunikasi yang baik tidak ada, maka bukan tidak mungkin nantinya timbul pengaruh negatif (Effendy, 2019:29).

Strategi komunikasi merupakan bentuk perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication manajemen*). Perpaduan dua ini nantinya bisa mencapai tujuan. Strategi komunikasi yang baik harus bisa menunjukkan bagaimana strategi dalam operasionalnya secara praktis dan mudah diterima, tentunya dengan variasi setiap situasi dan kondisi (Effendy, 2019:35).

Tujuan dari strategi komunikasi terdiri dari tiga tujuan menurut Wayne & Peterson (2018:40), yakni:

a. *To secure understanding*, yaitu memastikan bahwa komunikan bisa mengerti pesan yang telah diterima.
b. *To establish acceptance*, yaitu apabila komunikan sudah dapat mengerti dan menerima pesan, maka penerima pesan tersebut harus dibina.
c. *To motivate action*, yaitu setelah menerima pesan tersebut maka kegiatan itu harus dimotivasikan.

Mulyana (2018:103) pengembangan strategi komunikasi membutuhkan pemikiran yang memperhitungkan faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat, karenanya lebih baik jika strategi komunikasi mempertimbangkan komponen komunikasi secara berturut-turut dari komunikan sebagai target, media, pesan dan komunikator. komponen yang perlu diperhatikan seperti:

a. Mengenali sasaran komunikasi. Sasaran komunikasi tergantung pada tujuan utama komunikasi tersebut, apakah metode ini untuk

mengetahui (metode informatif) atau komunikasi ini bertujuan untuk tindakan (*persuasive* atau metode instruktif). Dengan tujuan apapun diharapkan komunikan mempertimbangkan faktorfaktor berikut:

1) Faktor kerangka referensi. Pesan yang akan disampaikan komunikasn harus sesuai dengan kerangka referensi. Mengingat kerangka referensi setiap orang akan berbeda dari orang satu ke orang lain. Situasi komunikasi interpersonal jauh lebih mudah dikenali kerangka referensinya dibanding dengan mengenali kerangka referensi komunikan dalam komunikasi kelompok. Kelompok tersebut berasal dari latar belakang yang berbeda, sehingga lebih sulit mengenali kerangka yang menjadi acuan komunikan dalam komunikasi massa yang bersifat heterogen (bersifat umum atau keseluruhan).
2) Faktor situasi dan kondisi. Situasi komunikasi dalam komunikan yang nantinya bisa diterima oleh komunikator. Situasi disini dapat menghambat jalannya komunikasi meskipun bisa di prediksi tidak menutup kemungkinan bisa datang hambatan komunikasi ketika dilakukan. Kondisi komunikan yang menerima pesan kurang efektif jika penerima pesan kepada komunikan dalam keadaan sedih, marah, sakit atau lainnya. Sehingga dalam hal ini penyampaian pesan dalam kondisi sengan sangat direkomendasikan agar pesan yang akan disampaikan tercapai.

b. Pemilihan media komunikasi. Pemilihan media sangat berpengaruh terhadap proses penyampaian informasi. Cara ini bisa dilakukan dengan memilih beberapa media yang akan menjadi media penyampaian informasi. Pemilihan media yang akan dipakai bergantung pada pesan apa yang akan disampaikan dengat tepat tentunya dengan Teknik pesan yang digunakan sesuai. Media komunikasi seperti cetak dan media audio mempunyai kelebihan serta kekurangan. Seperti halnya media cetak dapat ditinjau berulangkali serta bisa disimpan sebagai arsip atau dokumentasi. Sementara media audio hanya bisa didengar.
c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi. Seorang komunikator akan melakukan pengkajian tujuan pesan komunikasi berulangkali. Dengan tujuan agar seoarang komunikator bisa menyampaikan pesan sesuai dengan tujuan. Isi pesan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari banyak jenis simbol yang disampaikan, seperti dalam televisi, film atau surat kabar. Simbol yang sering digunakan dan yang paling penting adalah simbol Bahasa, karena jika penyampaian bahasa salah akan mengubah isi pesan yang akan disampaikan. Akan banyak juga kesalahan informasi jika tata Bahasa karena kesalahan informasi dan interpetasi.

Peranan komunikator dalam komunikasi. Faktor peranan komunikator dalam komunikasi ada dua, daya darik sumber dan kredibilitas sumber.

a. Daya tarik sumber yaitu komunikator bisa dikatakan berhasil apabila dalam komunikasi dapat mengubah sikap, pendapat dan

perilaku komunikan melalui Tarik-menarik jika antara komunikan dan komunikator merasa ada kesamaan sehingga mematuhi isi pesan yang disampaikan komunikator.

b. Kredibilitas sumber yaitu faktor komunikasi bisa sukses lancar yang kedua yakni adanya unsur kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini sangat penting terkait dengan keahlian yang dimiliki komunikator. Contohnya seperti seorang dokter bisa dipercaya ketika menyampaikan sesuatu terkait dengan Kesehatan, seorang polisi akan dipercaya ketika membahas tentang masalah keamanan dan ketertiban umum.

Berdasar dua faktor ini, komunikator dalam menghadapi komunikan harus berempati, atau istilah mudahnya mampu memposisikan dirinya ke orang lain. Dengan kata lain bisa merasakan apa yang dirasakan orang lain. Menurut Yumi (2018:155) terdapat empat pilihan strategi yaitu:

a. Strategi penguatan, digunakan untuk kontestan yang terpilih karena mempunyai citra tertentu, dibuktikan dengan kinerja politik selama mengemban jabatan publik tertentu. Hal ini dapat dilihat dari upaya dalam meningkatkan partisipasi dengan cara melihat kinerja KPU, meningkatkan koordinasi antar anggota KPU, meningkatkan kapasitas dan kualitas KPU dengan cara memperkuat komunikasi antar anggota KPU dan dengan publik.
b. Strategi rasionalisasi, dilakukan kepada kelompok pemilih yang sebelumnya memilih kontestan karena kontestan tersebut berhasil

mengembangkan citra tertentu yang disukai pemilih, akan tetapi kinerjanya tidak sesuai dengan citranya. Dengan kelompok seperti ini, KPU melakukan upaya dengan memberikan penyebaran informasi calon pasangan melalui berbagai media. Antara lain, melalui media cetak (koran atau selebaran kertas berisi calon yang ikut pemilihan), media suara (radio), gambar atau baliho dengan tujuan memberikan informasi kepada masyarakat.

c. Strategi bujukan, diterapkan oleh kelompok atau organisasi yang mempersepsikan memiliki citra tertentu tetatpi juga memiliki kinerja yang cocok dengan lainnya. Pendekatan yang dilakukan dengan pendekatan langsung kepada masyarakat sebagai pemilih dengan berbagai kegiatan, kegiatan ini bertujuan menarik pemilih dalam meningkatkan partisipasi pemilih. Kegiatan yang dilakukan seperti, Program jalan sehat, dialog KPU langsung kepada masyarakat atau KPU goes to campus.

d. Strategi konfrontasi, dilakukan kepada pemilih yang telah memilih kontestan dengan citra tertentu, tetapi dianggap tidak cocok oleh pemilih kemudian kontestan tersebut tidak menghasilkan kinerja yang memuaskan pemilih. Langkah yang diambil KPU dalam menanggapi seperti ini dengan memberikan semacam sosialisasi cara memilih dan kerugian jika tidak memilih. Kerugian yang didapat ketika tidak memilih, akan hilang hak politik. Kelompok sasaran yang mendapat sosialisasi seperti, pelajar dan mahasiswa, kelompok perempuan, keagamaan, marjinal dan kelompok pemilih pemula.

Terkait strategi komunikasi JDIH KPU dilakukan sebagai upaya publikasi yang memberi kemudahan bagi masyarakat yang ingin mengetahui tentan regulasi yang diterapkan oleh KPU dalam kegiatan Pemilu. Strategi komunikasi JDIH KPU dipublikasikan melalui situs website yang bisa masyarakat buka untuk mendapatkan informasi terkait kegiatan KPU dalam Pemilu. Adapu strategi komunikasi JDIH KPU dilakukan dengan pembentukan tim sosialisasi Pemilu, memuat materi sosialisasi Pemilu, membuat konten hukum untuk informasi dan publikasi regulasi kegiatan Pemilu, menentukan kelompok sasaran dan menentukan saluran media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan konten informasi hukum terkait Pemilu.

Strategi komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam komunikasi, dimana dalam strategi komunikasi membuat proses komunikasi berhasil hingga pesan atau informasi yang ingin disampaikan sesuai dengan tujuan awalnya. Keberhasilan dan kegagalan suatu kegiatan komunikasi sangat ditentukan oleh strategi komunikasi. Strategi komunikasi mempunyai beberapa fungsi, baik secara makro (*planned multimedia strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) diantaranya seperti menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat komunikatif, persuasive dan instruktif secara sistematis kepada sasaran dengan tujuan memperoleh hasil yang optimal. Selain itu menjembatani “kesenjangan budaya” atau (*culturan group*) akibat dari kemudahan yang diperolehnya dan kemudahan dioperasioanlkannya media massa yang begitu ampuh, jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

5. Tinjauan tentang Komisi Pemilihan Umum

Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah lembaga penyelenggara pemilu yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri yang bertugas melaksanakan pemilu (UnU No. 15 Tahun 2011 Pasal 1 ayat 6). Dalam pasal ini juga dijelaskan mengenai KPU Provinsi dan KPU Kabupaten atau Kota. Ayat (7) pasal ini menjelaskan bahwa KPU Provinsi adalah penyelenggara pemilu yang bertugas melaksanakan pemilu di provinsi, sedang KPU Kabupaten/Kota adalah penyelenggara pemilu yang bertugas melaksanakan pemilu di kabupaten/kota (ayat (8)).

KPU merupakan salah satu lembaga negara yang bersifat independen. Lembaga independen adalah lembaga negara di Indonesia yang dibentuk oleh pemerintah pusat, namun bekerja secara independen. Lembaga-lembaga lain yang bersifat independen antaralain seperti Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM), Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), dan lain sebagainya. KPU merupakan suatu komisi negara yang berposisi sebagai penunjang atas lembaga utama.

Kedudukan KPU dengan demikian tidak dapat disejajarkan dengan lembaga-lembaga negara yang telah ditentukan 18 dalam UUD 1945. Lembaga negara penunjang disebut pula auxiliary state body, sedang lembaga negara utama disebut pula main state organ. Dalam penyelenggaraan pemilu KPU bertugas dalam melaksanakan Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, DPRD, Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, serta Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil

Kepala Daerah. Sebelum Pemilu 2004, anggota-anggotanya dapat diisi oleh unsur-unsur partai politik, namun setelah dikeluarkannya UU No. 4 tahun 2000 anggota KPU diharuskan non-partisipan. Seiring berjalannya waktu, untuk meningkatkan kualitas pemilu salah satunya penyelenggaraan pemilu.

KPU sebagai penyelenggara pemilu dituntut untuk independen dan non-partisipan. Untuk itulah terjadi beberapa revisi undang-undang tentang pemilu pasca Orde Baru. Sebelumnya penyelenggaraan pemilu diatur dengan UU No. 12 tahun 2003 tentang Pemilu DPR, DPD, dan DPRD, UU No. 23 tahun 2003 tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden. Kemudian muncul UU No. 22 tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Pemilu. Menjelang pemilu 2009 dibuat pula UU No. 42 tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden disertai revisi undang-undang pemerintahan daerah yaitu UU No. 32 tahun 2004 direvisi dengan UU No. 12 tahun 2008 tentang Pemerintah Daerah. Terakhir DPR dan Pemerintah mensyahkan UU No. 15 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pemilu.

Dalam UU No. 15 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pemilu diatur lebih lanjut mengenai badan-badan lain yang bertugas dalam mewujudkan pemilu 19 yang Jurdil dan Luber. Badan-badan tersebut yaitu: (1) Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). (2) Badan Pengawas Pemilu Provinsi (Bawaslu Provinsi). (3) Panitia Pengawas Pemilu Kabupaten/Kota (4) Panitia Pengawas Pemilu Kecamatan (Panwaslu Kecamatan). (5) Panitia Pengawas Pemilu Lapangan. (6) Pengawas

Pemilu Lapangan. (7) Pengawas Pemilu Luar Negeri. (8) Dewan Kehormatan Penyelenggaraan Pemilu (DKKP). (9) Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK). (10) Panitia pemungutan Suara (PPS). (11) Panitia Pemilihan Luar Negeri (PPLN). (12) Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS). (13) Kelompok Pnyelenggara Pemungutan Suara Luar Negeri

6. Konsep Sumber Informasi

Sumber informasi adalah media yang berperan penting bagi seseorang dalam menentukan sikap dan keputusan untuk bertindak. Sumber informasi itu dapat diperoleh dengan bebas mulai dari teman sebaya, buku-buku, film, video, bahkan dengan mudah membuka situs-situs lewat internet (Taufia, 2017:88). Sumber informasi adalah segala sesuatu yang menjadi perantara dalam menyampaikan informasi, media informasi untuk komunikasi massa.

Sumber informasi dapat diperoleh melalui media cetak (surat kabar, majalah), media elektronik (televisi, radio, internet), dan melalui kegiatan sosialisasi yang diadakan (Notoatmodjo, 2019:46). Informasi yang di peroleh dari berbagai sumber akan mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang. Seseorang banyak memperoleh informasi maka ia cenderung mempunyai pengetahuan yang luas. Semakin sering orang membaca, pengetahuan akan lebih baik daripada hanya sekedar mendengar atau melihat saja (Notoatmodjo, 2019:48).

Ircham (2019:11) macam-macam media sumber informasi antara lain:

a. Media elektronik sebagai sarana untuk menyampaiakan pesan-pesan atau informasi berbeda-beda jenisnya antara lain: 1) televisi penyampaian pesan atau informasi melalui media televisi dalam bentuk forum diskusi atau tanya jawab dan sebagainya; 2) radio penyampaian informasi atau pesan melalui radio juga dapat bermacam-macam bentuknya, antara lain obrolan (tanya jawab), ceramah; 3) video penyampaian informasi atau pesan dapat melalui video; dan 4) internet adalah informasi tanpa batas, informasi apapun yang dikehendaki dapat dengan mudah diperoleh.
b. Media cetak sebagai alat bantu menyampaikan pesan kesehatan sangat bervariasi, antara lain sebagai berikut: 1) booklet ialah suatu media untuk menyampaikan pesan-pesan dalam bentuk buku-buku, baik berupa tulisan maupun gambaran; 2) leaflet ialah bentuk penyampaian informasi atau pesan-pesan melalui lembaran yang dilipat. isi informasi dapat dalam bentuk kalimat maupun gambar atau kombinasi; 3) selebaran bentuknya seperti leaflet tetapi tidak berlipat; dan 5) poster ialah bentuk media cetak yang berisi pesan-pesan informasi kesehatan yang biasanya ditempel ditembok, di tempat umum, kendaraan umum.

Sumber informais yang banyak diperoleh masayrakat yaitu melalui jaringan sosial. Jejaring sosial media berpotensi untuk menjadi target sumber informasi dikarenakan penggunannya yang terus meningkat dan digunakan secara rutin. Komunikasi jarak jauh dengan

interaksi yang menarik yang ditawarkan sosial media membuat publikasi menjadi lebih efektif untuk dilakukan. Berbagai cara komunikasi dan keunikan komunikasi yang dimiliki beberapa sosial media menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap penggunanya.

Facebook memiliki daya tarik dengan adanya berbagai fitur untuk berkomunikasi, namun kadang justru berbagai fitur tersebut yang tidak terpakai bahkan berpotensi membuat bingung penggunanya, sedangkan twitter yang dianggap juga sebagai microblog memiliki daya tarik tersendiri dengan model komunikasi yang sederhana dengan pembatasan karakter dan lebih efisien dalam menyampaikan informasi dianggap lebih menarik oleh penggunanya. Facebook dan twitter merupakan sosial media yang paling banyak digunakan oleh oleh masyarakat (Jones, 2018:69).

7. Konsep Sosialisasi

Sosialisasi mencakup pemeriksaan mengenai lingkungan kultural lingkungan sosial dari masyarakat yang bersangkutan, interaksi sosial dan tingkah laku sosial (Sutaryo, 2018:156). Berdasarkan hal tersebut, sosialisasi merupakan mata rantai paling penting di antara sistem-sistem sosial lainnya, karena dalam sosialisasi adanya keterlibatan individu-individu sampa dengan kelompok-kelompok dalam satu sistem untuk berpartisipasi (Renata, 2020:84).

Pengertian sosialisasi menurut Wright (2019:71) adalah proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan

menginternalisasikan sampai tingkat tertentu normanorma sosialnya, sehingga membimbing orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain. Sosialisasi merupakan proses belajar, pada dasarnya sifat manusia adalah tidak akan pernah puas untuk belajar sesuatu hal yang belum diketahuinya, seperti belajar norma-norma untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan sosialnya.

Berger (2018:57) sosialisasi merupakan proses dengan mana seseorang belajar menjadi anggota masyarakat. Objek dari sosialisasi yaitu masyarakat yang dilihat dari sudut hubungan antara manusia, dan proses yang timbul dari hubungan manusia di dalam masyarakat. Jadi, dalam sosialisasi terdapat interaksi antara manusia sebagai anggota kelompok. Timbulnya kelompok-kelompok dalam masyarakat ialah karena kedua sifat dari manusia yang bertentangan satu sama lain, disitu pihak ingin bekerjasama, di pihak lain cenderung untuk bersaing dengan sesama manusia untuk dapat berkuasa.

Kekuasaan merupakan kajian dan konsep dari politik mengenai hubungan sosialisasi. Sosialisasi merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sebuah sistem pada seseorang dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksinya. Sosialisasi ditentukan oleh lingkungan sosial, ekonomi dan kebudayaan dimana individu berada, selain itu juga ditentukan oleh interaksi pengalaman-pengalaman serta kepribadiannya (Sudarsono, 2019:152).

Sosialisasi merupakan sistem dalam kehidupan masyarakat yang sangat penting. Berdasarkan hal tersebut Hasyim (2019:122)

menyatakan bahwa sosialisasi memberikan dua kontribusi fundamental bagi kehidupan masyarakat yaitu: 1) Memberikan dasar atau kondisi kepada individu bagi terciptanya partisipasi yang efektif dalam masyarakat; dan 2) memungkinkan lestarinya suatu masyarakat karena tanpa sosialisasi akan hanya ada satu generasi saja hingga kelestarian masyarakat akan sangat terganggu.

Dalam kegiatan sosialisasi, penting adanya peran agen sosialisasi, karena keberhasilan proses sosialisasi tidak terlepas dari peran utama agen sosialisas untuk menyebarkan atau menanamkan nilai-nilai dan norma-norma yang terletak dalam materi sosialisasi. Keberhasilan terdapat ditentukan oleh mekanisme yang terencana dan digambarkan dalam pola proses sosialisasi yang baik. Apabila proses-proses tersebut dapat tersusun maka penyebaran informasi mengenai materi sosialisasi dapat dengan tepat disampaikan kesasaran sosialisasi (Hariyadi, 2018:65).

Agen sosialisasi adalah pihak-pihak yang melaksanakan atau melakukan sosialisasi (Philips, 2019:33). Terdapat empat agen sosialisasi yang utama, yaitu keluarga, kelompok bermain, media massa dan lembaga pendidikan sekolah. Akan tetapi media dalam proses sosialisasi merupakan sarana tambahan, hal tersebut sejalan dengan pendapat Lane bahwa dasar sosialisasi dalam keluarga dan peran media massa hanyalah bersifat tambahan (Philips, 2019:35).

Subyek atau sasaran sosialisasi adalah masyarakat agen sosialisasi mempunyai tujuan untuk menanamkan nilai-nilai dan

norma-norma yang terdapat dalam materi sosialisasi kepada masyarakat. Agen sosialisasi akan memobilisasi masyarakat untuk mendukung program/produk yang terdapat pada materi sosialisasi dengan tujuan untuk memujudkan cita-cita bersama (Jogyanto, 2020:81). Sosialisasi merupakan bagian yang sangat penting dari kegiatan mempelajari peranan kemasyarakatan. Proses sosialisasi dengan sendirinya telah memberikan pelajaran terhadap kelompok masyarakat mengenai sistem interaksi antara kelompok-kelompoknya.

8. Jaringan Dokumentasi Informasi Hukum Komisi Pemilihan Umum (JDIH KPU)

Pemilihan umum merupakan prosedur dan mekanisme pendelegasian kedaulatan rakyat kepada penyelenggara negara (legislatif, eksekutif, dan yudikatif). Sebelum era reformasi pemilu dilaksanakan oleh Lembaga Pemilihan Umum Departemen Dalam Negeri, tapi semenjak era reformasi pemilihan umum diselenggarakan oleh suatu lembaga independen yaitu Komisi Pemilihan Umum. Pemilihan umum diselenggarakan oleh suatu komisi pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai salah satu Lembaga Pemerintah Non Kementerian tentang Keterbukaan Informasi Publik berkewajiban menyediakan, memberikan dan/atau menerbitkan Informasi Publik yang berada di bawah kewenangannya kepada Pemohon Informasi Publik. Upaya keterbukaan informasi publik merupakan salah satu strategi pencapaian untuk *good information*.

Good information adalah suatu tata informasi yang baik yang salah satu indikatornya adalah adanya keterbukaan atau transparansi. Bahwa transparansi menjadi salah satu karakteristik dari Good Information. Informasi dapat diakses langsung oleh masyarakat yang membutuhkan. Kebijakan KPU kota Makassar terhadap keterbukaan Informasi Publik artinya KPU kota Makassar memiliki kewajiban untuk memberikan akses informasi seluas luasnya kepada masyarakat guna menuju informasi yang transparan yang baik. Hak memperoleh informasi adalah hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri Negara demokrasi yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat.

Dengan informasi pula seseorang dapat menyampaikan pendapat atau aspirasinya kepada KPU kota Makassar dengan benar dan tepat karena sebelum mengutarakan sesuatu hendaknya seseorang itu mengetahui apa yang akan disampaikan maka ini adalah peran dari sistem JDIH (Jaringan Dokumentasi Informasi Hukum) yang di sajikan oleh divisi hukum KPU kota Makassar.

Melalui fasilitas ini, kerahasiaan pelapor dijamin dari kemungkinan terungkapnya identitas kepada publik. Selain itu, melalui fasilitas ini pelapor juga dapat secara aktif berperan serta memantau perkembangan laporan yang disampaikan tanpa perlu merasa khawatir identitasnya akan diketahui orang lain. Informasi merupakan keterangan, pernyataan, gagasan dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna dan pesan. Baik data, fakta maupun penjelasannya yang

dapat dilihat, didengar dan dibaca yang disajikan dalam berbagai 3 kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik maupun non elektronik. Untuk mewujudkan pelayanan cepat, tepat, dan sederhana, tentang pengelolaan dan pelayanan informasi publik di lingkungan KPU kota Makassar.

Adapun system yang di buat oleh divisi Hukum KPU kota Makassar meliputi:

a. Kaladioskop yang memuat aktivitas berbagai macam acara / kegiatan yang dilakukan oleh divisi Hukum yang di selanggarakan setiap munggu, bulan maupun tahunan.
b. Portal hukum memuat segala dokumen yang berhubungan dengan hukum salah satunya SK yang dibuat oleh bagian Hukum.
c. JAPRi Ka, sebuah sistem dimana Masyarakat dapat menyampaikan pengaduan kepada KPU Kota Makassar melalui surat, datang langsung, telepon, media sosial, atau Japri Ka. Tindak lanjut penanganan laporan tersebut sangat bergantung pada kualitas laporan yang disampaikan. Caranya cukup dengan mengunjungi website KPU Kota Makassar lalu pilih menu "JAPRI KA", atau langsung mengaksesnya melalui melalui website.

Keterbukaan informasi publik di KPU kota makassar adalah merupakan salah satu indikator dalam mewujudkan tata kelola KPU Kota Makassar yang baik, transparan dan akuntabel bagi lingkungan internal maupun eksternal. kegiatan pelayanan informasi publik

sebagai wujud tanggung jawab institusi dalam menjamin kebebasan memperoleh informasi untuk menuju tata kelola pemilu yang baik. Jadi kesiapan KPU terhadap informasi pemilupun menjadi salah satu indikator telah terjadinya tata kelola pemilu yang baik juga.

Kegiatan pelayanan JDIH kepada public bertujuan memberikan informasi, mengelola data serta membangun sistem informasi, Mengkoordinasikan penyelesaian secara hukum yang berkenaan dengan masalah Informasi Publik kepada Bagian Hukum, Terbukti bahwa masih banyak keluhan dari masyarakat, terutama pihak yang pernah berhubungan langsung dengan KPU kota Makassar dengan tujuan untuk memperoleh informasi pemilu baik dan benar.

Berdasarkan uraian di atas, berikut peneliti rangkum dalam mapping teori pada tabel di bawah ini:

Tabel 2
Mapping Teori

No	Teori	Pencetus	Uraian
1	Teori Strategi	Cangara (2016)	Strategi diartikan sebagai suatu cara yang digunakan oleh manajer atau pimpinan puncak untuk mencapai tujuan organisasi
		Beebe (2019	Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu
2	Teori Komunikasi	DeVito (2017)	Komunikasi berasal dari akar kata yang maknanya selalu melibatkan pertukaran simbol atau tanda baik verbal maupun nonverbal, dan terbangunnya relasi kebersamaan antara komunikator dengan komunikan

Bersambung

Sambungan Tabel 2

No	Teori	Pencetus	Uraian
		Pawito dan C Sardjono (2019)	Komunikasi sebagai suatu proses dengan pesan dipindahkan atau dioperkan (lewat suatu saluran) dari suatu sumber kepada penerima
		Schramm (2018)	Komunikasi sebagai suatu proses berbagi *(sharing process)*
3	Teori New Media	Suherman (2020)	*New media* sebagai *connectivity* (saling terhubung), akses yang terbuka, universal, fleksibel dan interaktif
		Pierre Levy dalam Fachruddin (2021)	produk teknologi komunikasi yang hadir bersamaan dengan komputer digital dengan kecepatannya dalam penyebaran informasi, keterbukaan dan singkat

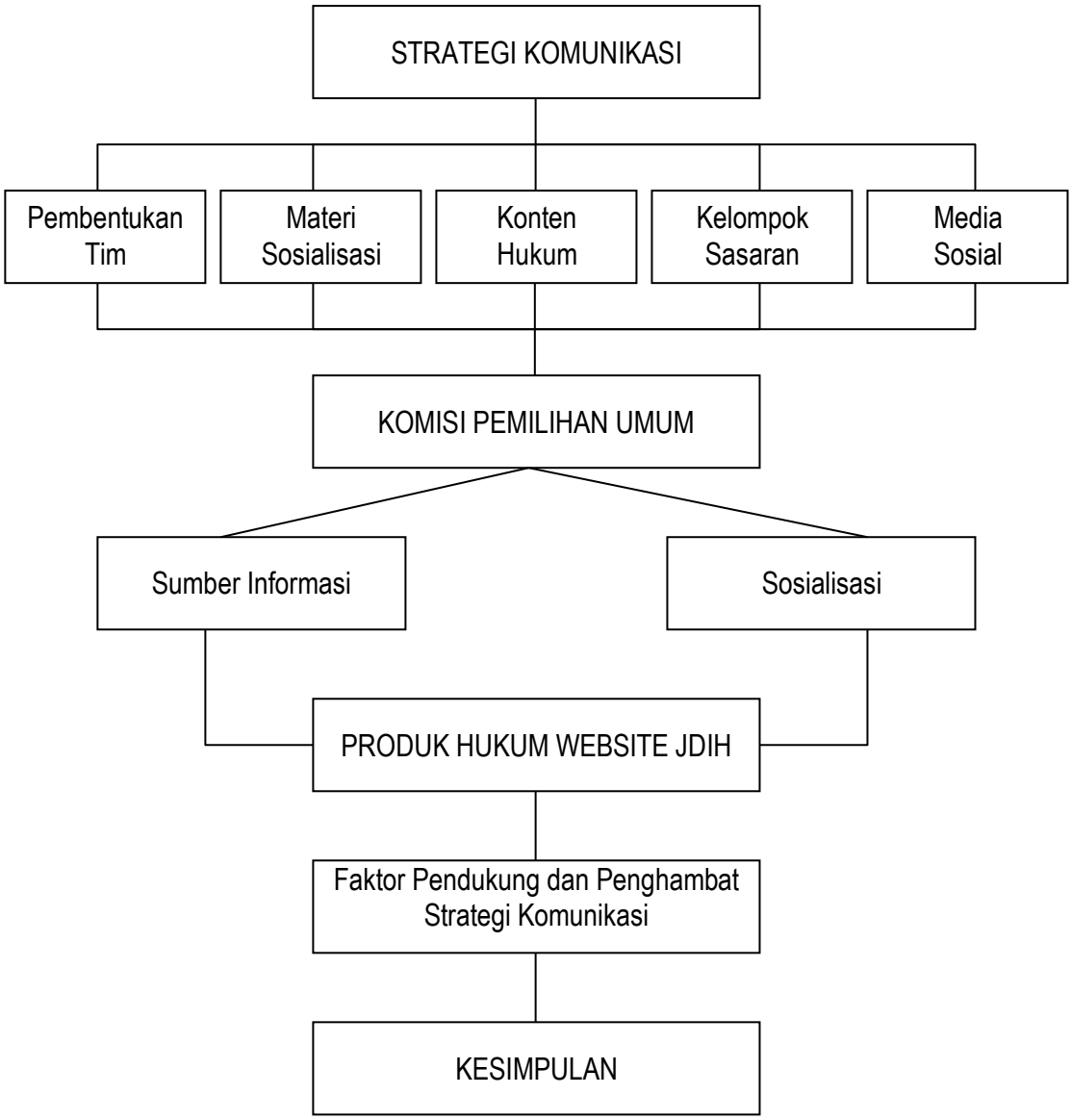
Sumber: Tinjauan Pustaka

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan gambaran tentang strategi komunikasi JDIH KPU Kota Makassar. Strategi komunikasi mengacu pada teori tujuan dari Wayne & Peterson (2018:40) bahwa ada tiga tujuan atas penerapan strategi yaitu memastikan komunikan mengerti pesan yang diterima, menerima pesan tersebut untuk dilaksanakan dan mengambil tindakan dukungan untuk menerapkan strategi komunikasi tersebut.

Mengacu pada teori tujuan, maka strategi komunikasi yang diterapkan KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH, untuk memberi kemudahan masyarakat mendapatkan informasi regulasi kegiatan KPU. Strategi komunikasi dilakukan dengan pembentukan tim, membuat materi sosialisasi, membuat konten hukum, menentukan kelompok sasaran dan saluran media sosial.

Strategi komunikasi KPU tidak terlepas dari faktor-faktor yang mendukung dan menghambat yaitu sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi dan peranan komunikator dalam komunikasi. Gambaran kerangka pikir penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Konseptual

D. Definisi Operasional

1. Strategi komunikasi JDIH KPU adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan berupa regulasi penyelenggaraan pemilu yang mudah diakses oleh masyarakat melalui situs website yang tersedia. Strategi komunikasi JDIH KPU dilaksanakan berdasarkan:
   a. Pembentukan tim yaitu membentuk tim untuk merencanakan publikasi informasi terkait regulasi dalam Pemilu tahun 2024.
   b. Materi sosialisasi yaitu membuat materi sosialisasi sebagai informasi publikasi informasi terkait regulasi dalam Pemilu tahun 2024.
   c. Membuat konten hukum yaitu upaya dalam mempublikasikan regulasi yang sesuai dengan isi tanpa melanggar aturan hukum Pemilu.
   d. Kelompok sasaran yaitu bagian dari masyarakat yang menggunakan media sosial untuk mengakses berbagai informasi Pemilu.
   e. Saluran media sosial yaitu wadah dalam menyalurkan informasi dan berita yang diperoleh dari sumber media sosial yang bisa diakses masyarakat.
2. Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah lembaga penyelenggara pemilu yang bersifat nasional, tetap dan mandiri yang bertugas melaksanakan pemilu.
3. Sumber informasi adalah sarana penyimpanan informasi terkait produk hukum website JDIH KPU untuk disosialisaiskan kepada masyarakat.

4. Sosialisasi adalah proses pemindahan ide atau gagagasan ke masyarakat terkait informasi produk hukum website JDIH pada Pemilu tahun 2024.
5. Produk hukum website JDIH adalah jaringan dokumentasi informasi hukum yang merupakan suatu sistem pendayagunaan bersama peraturan perundang-undangan dan bahan dokumentasi hukum lainnya secara tertib, terpadu dan berkesinambungan sebagai sarana pemberian pelayanan informasi hukum terkait pemilu yang mudah, murah, cepat dan akurat terkait Pemilu tahun 2024.
6. Faktor pendukung dan penghambat adalah penyebab yang dapat menghasilkan kemudahan dan kesulitan dalam menentukan strategi komunikasi KPU, antara lain:
    a. Sasaran komunikasi yaitu publik yang memiliki keterlibatan dalam berkomunikasi tentang kegiatan KPU pada Pemilu tahun 2024.
    b. Pemilihan media komunikasi yaitu menentukan pilihan media yang digunakan untuk memperkuat komunikasi publik dalam memilih.
    c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi yaitu mempelajari setiap tujuan pesan yang terpublikasikan dalam media komunikasi.
    d. Peranan komunikator dalam komunikasi yaitu andil dari para penggiat komunikasi untuk menyuarakan informasi dan berita secara luas ke khalayak.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian menggunakan studi deskriptif yang akan mendeskripsikan strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH KPU. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yaitu penelitian yang berusaha memahami makna suatu peristiwa. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang kata-kata lisan dan tertulis dan perilaku yang dapat diamati dari orang yang diteliti.

B. Pengelolaan Peran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, kedudukan peneliti cukup rumit. Ia adalah peneliti sekaligus menjadi perencana, analis, penafsir data, dan selanjutnya melaporkan hasil penelitiannya (Moleong, 2017:55). Karena itu, instrumen atau alat penelitian di sini sudah tepat, mengingat bahwa yang bersangkutan menjadi segalanya dari keseluruhan proses penelitian terkait strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH KPU.

Penempatan peneliti sebagai instrumen dalam penelitian bermanfaat jika dipenuhi beberapa syarat, antara lain: yang bersangkutan memiliki sikap responsif, memiliki kemampuan penyesuaian diri, menekankan keutuhan (memanfaatkan imajinasi dan kreativitasnya dan memandang dunia ini sebagai suatu keutuhan), kemampuan

mendasarkan diri atas perluasan pengetahuan, memproses data secepatnya, memanfaatkan kesempatan untuk mengklarifikasikan dan mengikhtisarkan serta memanfaatkan kesempatan untuk mencari respons yang tidak lazim dan idiosinkretik (Sugiyono, 2017:33).

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Makassar, penentuan lokasi penelitian dengan mempertimbangkan dari segi waktu dan jarak yang ditempuh, maka daerah tersebut memudahkan penulis untuk melakukan penelitian.

D. Sumber Data

Data sebagai informasi yang diperlukan oleh peneliti. Sumber data penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk catatan, buku, arsip yang diterbitkan atau tidak dipublikasikan.

Sumber data untuk penelitian kualitatif berupa kata-kata dan tindakan, di samping dokumen dan lainnya. ke

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil:
    a. Wawancara, melakukan wawancara secara mendalam dan bebas kepada subyek penelitian dengan menggunakan daftar pertanyaan serta dibantu dengan *tape recorder*. Wawancara peneliti lakukan dengan beberapa informan yang terbagi atas 3 orang tim pembina dan 3 orang tim teknis. Tim pembina terdiri atas Ketua KPU,

Komisioner KPU dan Sekretaris KPU Makassar. Sementara tim teknis terdiri atas Pemimpin Redaksi, Penanggungjawab Jaringan dan Anggota Redaksi Produk Hukum. Total informan penelitian sebanyak 6 orang.

b. Observasi, dengan melakukan pengamatan langsung untuk mengumpulkan data tentang pelaksanaan penelitian yang terjadi.

2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui studi pustaka (*library research*) mengambil data dari sejumlah buku, literatur, tulisan karya ilmiah yang mendukung kelengkapan data sekunder.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Observasi adalah teknik pengumpulan informasi dalam mengamati secara langsung sasaran penelitian, merekam peristiwa dan studi dokumentasi secara cermat. Teknik pengamatan yang digunakan adalah pengamatan fokus wawancara terkait strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH KPU.
2. Pedoman wawancara, yaitu teknik wawancara yang mendalam (*in-depth interview*). Wawancara mendalam diharapkan mengungkapkan pengamatan empirik tentang penelitian. Kegiatan pengamatan dan wawancara, tidak ditentukan waktu secara ketat namun peneliti menyesuaikan diri dengan kegiatan dan kebiasaan, baik kegiatan perorangan maupun bersama. Mendukung kedua teknik pengumpulan

data tersebut, peneliti menggunakan alat bantu berupa pedoman observasi, wawancara dan pencatatan hasil kegiatan. Selain itu digunakan rekaman peristiwa (camera digital) dan walkman untuk kegiatan wawancara yang dapat mengabadikan kenyataan yang ada di tempat penelitian.

3. Dokumentasi adalah data sekunder yang telah diolah dan dijadikan arsip untuk memperkuat hasil pengamatan

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan aktivitas yang difokuskan untuk menjaring informasi yang telah didapatkan oleh peneliti melalui kegiatan wawancara, observasi dan bukti dokumentasi dalam hubungannya dengan strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH KPU.

Setelah informasi terkumpul, langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah melakukan kegiatan proses analisis informasi. Hal ini ditujukan untuk memilih informasi yang telah terkumpul pada saat penelitian dilaksanakan, yang selanjutnya analisis kualitatif terbagi dalam tiga tahap yaitu: (Miles dan Huberman, 2017:215)

1. Reduksi Data

Saat peneliti melakukan pengambilan informasi di lapangan banyak kerumitan yang dilalui dengan mewawancarai sumber data utama, peneliti mencatat, merekam semua jawaban yang

dikemukakan oleh sumber data, beragam data yang penulis peroleh. Ada jawaban yang sama ada juga jawaban yang berbeda terhadap setiap pertanyaan yang diajukan.

Maka yang harus dilakukan peneliti yaitu melakukan analisis melalui mereduksi informasi, menjadi data berarti merangkum semua hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, kemudian memilah dan mengambil hal-hal yang penting, yang difokuskan pada permasalahan yang ingin dikaji oleh peneliti.

2. Penyajian Data

Langkah kedua dari kegiatan analisis kegiatan penyajian atau penampilan (display) dari kata yang dikumpulkan dan dianalisis sebelumnya. Setelah mereduksi data sesuai dengan hal-hal pokok yang difokuskan pada permasalahan yang ingin dikaji, langkah selanjutnya adalah peneliti menyajikan informasi tersebut dalam bentuk narasi. Artinya, setiap fakta dan informasi yang didapatkan yang terjadi ataupun tidak ditemukan peneliti, kemudian dinarasikan dan diberikan interprestasi kajian kasus.

Penyajian informasi dilakukan agar hasil reduksi terorganisirkan, memberikan pemahaman kepada peneliti mengenai kasus yang terjadi, setelah itu peneliti merencanakan tindakan selanjutnya yang harus diambil berdasarkan pemaknaan terhadap kajiannya. Pada langkah ini peneliti berusaha menyusun/menyajikan data sesuai dengan keadaan yang sebenarnya terjadi yang berkenaan dengan strategi komunikasi JDIH KPU Kota Makassar pada Pemilu Tahun 2020.

3. Verifikasi Data dan Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya adalah verikasi informasi, Proses untuk mendapatkan kebenaran laporan inilah yang disebut verifikasi data. verifikasi data dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian dilakukan,sejak pertama kali memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data. Peneliti berusaha untuk menganalisis lebih lanjut dan mencari makna dari informasi, Selanjutnya dituangkan dalam bentuk kesimpulan yang masih bersifat naratif.

Setelah data disajikan dan diverifikasi dalam bentuk naratif berdasarkan pemaknaan kajian kasus yang terjadi di lapangan, langkah peneliti selanjutnya adalah menarik kesimpulan berdasarkan pemaparan informasi. Penyimpulan informasi data sesuai dengan fokus masalah, kesimpulan yang diajukan sekaligus sebagai temuan penelitian.

G. Pengecekan Validitas Temuan

Data yang terkumpul dilakukan pengabsahan data melalui pengecekan dengan triangulasi (pengamatan yang melibatkan unsur peneliti, metode dan obyek yang diamati), sesuai pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data bersangkutan untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi metode, triangulasi sumber data dan triangulasi teori. Secara sistematik diuraikan sebagai berikut:

1. Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda, dengan menggunakan wawancara dan observasi untuk mengecek kebenaran data.
2. Triangulasi sumber data yaitu menggali kebenaran informan tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data melalui observasi terlibat, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, gambar dan foto.
3. Triangulasi teori yaitu rumusan informasi yang dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual penelitian atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

H. Tahap-tahap Penelitian dan Jadwalnya

Tahapan penelitian dilakukan melalui tahapan pengamatan awal dengan mengunjungi lokasi penelitian, meminta pengarahan dari Ketua KPU yang diteruskan ke Pemimpin Redaksi Tim Teknis JDIH KPU Kota Makassar untuk disampaikan kepada bawahannya mencari informasi terkait strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH KPU. Tahapan penelitian dimulai dari kegiatan pengamatan (observasi), pengembangan desain, persiapan, pelaksanaan, pengumpulan data, reduksi data, analisis data dan verifikasi data.

1. Pengamatan (observasi) peneliti lakukan sebelum penelitian untuk mendapatkan berbagai informasi yang berkaitan dengan tempat penelitian, fokus obyek yang diteliti dan informn yang diwawancarai.

2. Pengembangan desain dilakukan sesuai dengan isu-isu yang *up to date* berkaitan dengan fokus dari obyek yang diteliti.
3. Persiapan yaitu menyiapkan instrumen penelitian dalam hal ini pedoman wawancara yang akan digunakan dalam mendapatkan informasi dari informan.
4. Pelaksanaan yaitu kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan turun ke lapangan melakukan wawancara mendalam dengan informan yang representatif sebagai *core informant* dan *key informant*.
5. Pengumpulan data yaitu melakukan pengambilan data primer dan sekunder. Data primer yang dikumpulkan berupa informasi tentang perilaku birokrasi antar organisasi, perilaku birokrasi level bawah, perilaku birokrasi kelompok sasaran dan model penguatan kelembagaan. Hasil wawancara dari informan yang dituangkan dalam catatan harian dan laporan.
6. Reduksi data yaitu mengidentifikasikan dan membuat rekapitulasi hasil observasi, wawancara dan matriks mengenai penelitian.
7. Analisis data yaitu menganalisa hasil wawancara yang representatif sesuai data yang terkumpul, kemudian dilakukan penyajian data, reduksi data, yang selanjutnya disimpulkan dan diverifikasi.
8. Verifikasi data yaitu peneliti melaporkan kepada pembimbing guna mendapatkan masukan untuk peneliti tuangkan dalam tesis.

Selanjutnya jadwal penelitian ini ditunjukan pada tabel berikut:

Tabel 3
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2023									
		Oktober		November				Desember			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Observasi Lapangan										
2.	Pengembangan Desain										
3.	Rancangan Proposal										
4.	Proposal										
5.	Instrumen Penelitian										
6.	Persiapan Penelitian										
7.	Pelaksanaan Penelitian										
8.	Pengumpulan Data										
9.	Pengolahan Data										
10.	Analisis Data										
11.	Penyajian Hasil										
12.	Pelaporan										
13	Ujian Tutup										

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Website JDIH KPU

Pemilu yang berlangsung setiap lima tahun sekali merupakan sebuah amanat dari konstitusi UUD 1945 pasal 22E yang menyebutkan bahwa Pemilu diselenggarakan untuk memilih Presiden, Wakil Presiden, anggota DPR, DPD, dan DPRD Provinsi dan Kabupaten/Kota berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Atas dasar hal itulah, Pemilu Serentak 2024 kembali diselenggarakan untuk memenuhi hak-hak politik dari warga negara di sebuah pemerintahan demokratis.

Setiap lima tahun sekali, Indonesia mampu menyelenggarakan pemilu dengan baik tanpa adanya satu tindakan yang mencederai pelaksanaan hak warga negara tersebut. Salah satu hal yang menjadi catatan dalam setiap penyelenggaraan pemilu di Indonesia belakangan ini adalah mewujudkan pemilu yang berintegritas berdasarkan asas pemilu yang disebutkan di atas telah menjadi referensi konstitusional di Indonesia. Pemilu yang berintegritas adalah pemilu yang berlangsung telah mengikuti standar atau norma-norma internasional dalam konteks *free and fair election* (pemilu yang bebas dan adil).

Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilu mengembang visi “menjadi penyelenggara pemilihan umum yang mandiri, professional, dan berintegritas untuk terwujudnya pemilu yang LUBER dan JURDIL”. Adapun misinya:

1. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan Pemilu yang efektif dan efisien, transparan, akuntabel, serta aksesibel;
2. Meningkatkan integritas, kemandirian, kompetensi dan profesionalisme penyelenggara Pemilu dengan mengukuhkan code of conduct penyelenggara Pemilu;
3. Menyusun regulasi di bidang Pemilu yang memberikan kepastian hukum, progesif, dan partisipatif;
4. Meningkatkan kualitas pelayanan Pemilu untuk seluruh pemangku kepentingan;
5. Meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilih dalam Pemilu, Pemilih berdaulat Negara kuat; dan
6. Mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam penyelenggaraan Pemilu.

Dalam Pasal 12 Undang Undang 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, KPU mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan program dan anggaran serta menetapkan jadwal,
2. Menyusun tata kerja KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, PPK, PPS, KPPS, PPLN, dan KPPSLN,
3. Menyusun Peraturan KPU untuk setiap tahapan pemilu,
4. Mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan dan memantau semua tahapan pemilu,
5. Menerima daftar pemilih dari KPU Provinsi,
6. Memutakhirkan data pemilih berdasarkan data pemilu terakhir dengan memperhatikan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh pemerintah dan menetapkannya sebagai daftar pemilih,

7. Membuat berita acara dan sertifikat rekapitulasi hasil penghitungan suara serta wajib menyerahkannya kepada saksi peserta pemilu dan Bawaslu,
8. Mengumumkan calon anggota DPR, calon anggota DPD, dan Pasangan Calon terpilih serta membuat berita acaranya,
9. Menindaklanjuti dengan segera putusan Bawaslu atas temuan dan laporan adanya dugaan pelanggaran atau sengketa Pemilu,
10. Menyosialisasikan penyelenggaraan pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kepada masyarakat,
11. Melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan penyelenggaraan pemilu, dan
12. Melaksanakan tugas lain dalam penyelenggaraan pemilu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam Pasal 13 Undang Undang 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, KPU mempunyai kewenangan sebagai berikut:

1. Menetapkan tata kerja KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, PPK, PPS, KPPS, PPLN, dan KPPSLN,
2. Menetapkan Peraturan KPU untuk setiap tahapan pemilu,
3. Menetapkan peserta pemilu,
4. Menetapkan dan mengumumkan hasil rekapitulasi penghitungan suara tingkat nasional berdasarkan hasil rekapitulasi penghitungan suara di KPU Provinsi untuk Pemilu Presiden dan Wakil presiden dan untuk pemilu anggota DPR serta hasil rekapitulasi penghitungan suara

di setiap KPU provinsi untuk pemilu anggota DPD dengan membuat berita acara penghitungan suara dan sertifikat hasil penghitungan suara,

5. Menerbitkan keputusan KPU untuk mengesahkan hasil Pemilu dan mengumumkannya,
6. Menetapkan dan mengumumkan perolehan jumlah kursi anggota DPR, anggota DPRD provinsi, dan anggota DPRD kabupaten/kota untuk setiap partai politik peserta pemilu Anggota DPR, anggota DPRD provinsi, dan anggota DPRD kabupaten/kota,
7. Menetapkan standar serta kebutuhan pengadaan dan pendistribusian perlengkapan,
8. Membentuk KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, dan PPLN,
9. Mengangkat, membina, dan memberhentikan anggota KPU Provinsi, anggota KPU Kabupaten/Kota, dan anggota PPLN,
10. Menjatuhkan sanksi administratif dan/atau menonaktifkan sementara anggota KPU provinsi, anggota KPU Kabupaten/Kota, anggota PPLN, anggota KPPSLN, dan sekretaris Jenderal KPU yang terbukti melakukan tindakan yang mengakibatkan terganggunya tahapan penyelenggaraan pemilu yang sedang berlangsung berdasarkan putusan Bawaslu dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan,
11. menetapkan kantor akuntan publik untuk mengaudit dana kampanye Pemilu dan mengumumkan laporan sumbangan dana Kampanye Pemilu, dan
12. Melaksanakan wewenang lain dalam penyelenggaraan Pemilu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

B. Strategi Komunikasi KPU melalui Website JDIH KPU

Strategi komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam komunikasi, dimana dalam strategi komunikasi membuat proses komunikasi berhasil hingga pesan atau informasi yang ingin disampaikan sesuai dengan tujuan awalnya. Keberhasilan dan kegagalan suatu kegiatan komunikasi sangat ditentukan oleh strategi komunikasi. Strategi komunikasi mempunyai beberapa fungsi18, baik secara makro (*planned multimedia strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) diantaranya seperti:

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat komunikatif, persuasive dan instruktif secara sistematis kepada sasaran dengan tujuan memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani “kesenjangan budaya” atau (*culturan group*) akibat dari kemudahan yang diperolehnya dan kemudahan dioperasioanlkannya media massa yang begitu ampuh, jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Strategi komunikasi merupakan susunan perencanaan dan manajemen yang nantinya menghasilkan suatu kegiatan atau rencana yang terstruktur. Strategi komunikasi yang baik harus bisa menunjukkan bagaimana strategi dalam operasionalnya secara praktis dan mudah diterima, tentunya dengan variasi setiap situasi dan kondisi. Strategi komunikasi untuk penelitian ini yaitu strategi komunikasi JDIH KPU sebagai bentuk penyampaian pesan berupa regulasi penyelenggaraan

pemilu yang mudah diakses oleh masyarakat melalui situs website yang tersedia. Adapun hasil penelitian terkait strategi komunikasi JDIH KPU dilaksanakan berdasarkan:

1. Pembentukan Tim

Pembentukan tim yaitu membentuk tim untuk merencanakan publikasi informasi terkait regulasi dalam pemilihan umum. Pada pembentukanJaringanDokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Makassar diawali dalam kegiatan Bimbingan Teknis Pembentukan dan Pengelolaan Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) KPU Kabupaten/Kota se Sulawesi Selatan yang dilaksanakan secara daring pada Hari Rabu, 30 Desember 2020.

Dalam pertemuan tersebut KPU Kota Makassar bersama ke 23 KPU Kabupaten/Kota lainnya se-Sulawesi Selatan diberikan pembekalan yang menyangkut pengenalan, penyusunan dan penulisan abstrak pada produk hukum, serta tata cara atau mekanisme pengelolahan dan pengunggahan dokumentasi SK pada halaman JDIH yang dipaparkan oleh beberapa pemateri diantaranya Kepala Biro Hukum KPU RI, Kepala Bagian Dokumentasi dan Informasi Hukum dan Narasumberdari Tim JDIH KPU RI.

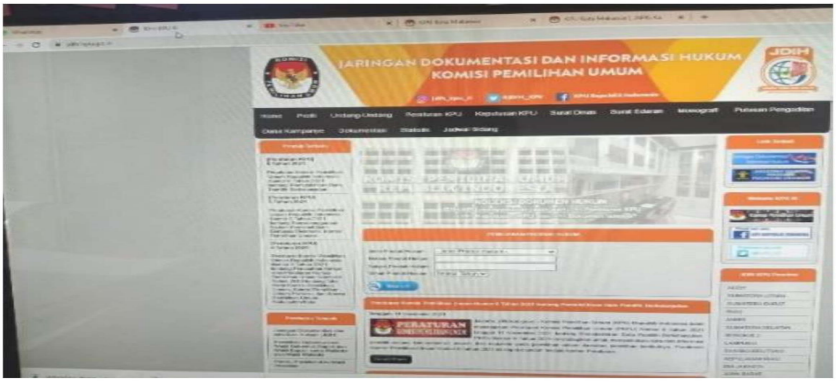
Pasca pelaksanaan Bimbingan Teknis tersebut, KPU Kota Makassar kemudian membentuk Tim Pengelola JDIH KPU Kota Makassar melalui Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar Nomor: 41/HK.04-Kpt/7371/KPU-Kot/II/2021, tanggal 12 Februari 2021

tentang Pembentukan Tim Pembina dan Tim Teknis JDIH di Lingkungan KPU Kota Makassar, dengan berpedoman pada Keputusan KPU RI Nomor: 134/Kpts/KPU/Tahun 2016 tentang JDIH KPU dan Keputusan KPU Nomor: 533/HK.04-Kpt/03/KPU/XI/2020 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Dokumentasi dan Informasi Hukum di Lingkungan Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Provinsi dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota. Pasca pembentukan Tim Pengelola JDIH KPU Kota Makassar, untuk selanjutnya sebagai langkah awal, tim melakukan penghimpunan dan melakukan verifikasi terhadap beberapa dokumen Surat Keputusan (SK) KPU Kota Makassar Tahun 2020 dan 2019.

Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sulawesi Selatan melaksanakan Rapat Koordinasi Evaluasi Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) se-Sulawesi Selatan yang Pertama secara Daring pada tanggal 10 Maret 2021, Rapat Koordinasi ini merupakan Rakor perdana yang dilaksanakan oleh KPU Provinsi Sulawesi Selatan setelah kegiatan Bimbingan Teknis Pembentukan dan Pengelolaan Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) yang sebelumnya telah dilaksanakan oleh KPU RI. Dalam rapat koordinasi yang melibatkan 24 KPU Kabupaten/Kota se Sulawesi Selatan KPU Provinsi Sulawesi Selatan melakukan evaluasi dan monitoring hasil implementasi pengelolaan JDIH pada setiap Kabupaten/Kota se Sulawesi Selatan.

Untuk meningkatkan kinerja dan efektifitas pengelolaan JDIH, Tim Teknis JDIH KPU Kota Makassar langsung bergerak dengan melakukan pembagian tugas, mulai dari melakukan identifikasi SK dari tahun ke tahun, lalu pembuatan abstrak dari setiap SK yang telah diidentifikasi mulai dari Surat Keputusan tahun 2015, tahun 2016, tahun 2018, tahun 2019, tahun 2020 dan tahun 2021, untuk selanjutnya melaui proses upload file Keputusan dan file abstraksnya ke halaman JDIK KPU Kota Makassar.

Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sulawesi Selatan kembali melakukan kegiatan Rapat Monitoring dan Evaluasi Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) pada tanggal 20 Mei 2021 secara Daring rapat ini merupakan rapat monitoring dan evaluasi kedua yang diselelenggarakan oleh KPU Provinsi Sulawesi Selatan. Rapat Evaluasi dan Monitoring kedua yang dilakukan KPU Provinsi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana progress pelaksanaan pengelolaan JDIH di KPU Kabupaten/Kota, selain itu juga dilakukan evaluasi tentang apa yang menjadi kendala-kendala dalam pengelolaan JDIH.



Pada kesempatan tersebut Tim JDIH KPU Kota Makassar yang diwakili oleh Komisioner Divisi Hukum dan Pengawasan selaku Pembina JDIH, Kepala Sub Bagian Hukum dan Operator JDIH melaporkan progres pengelolaan JDIH Kota Makassar serta apa saja kendala-kendala yang dihadapi selama proses pengelolaan JDIH. Adapun beberapa hal yang dilaporkan yakni sejumlah dokumen keputusan KPU Kota Makassar dan keputusan pengadilan yang telah diunggah dalam halaman JDIH KPU Kota Makassar, pembuatan file abstrak dan beberapa muatan berita yang dibuat oleh tim Teknis JDIH KPU Kota Makassar dan telah diunggah ke halaman JDIH KPU Kota Makassar.

Dalam proses identifikasi dan penelusuran yang dilakukan oleh sub bagian hukum pada ruang penyimpanan arsip di gudang KPU Kota Makassar, berhasil ditemukan beberapa arsip dokumen keputusan KPU Kota Makassar dari tahun 2003 sampai 2013, namun demikian masih terdapat beberapa dokumen keputusan lain yang belum ditemukan, dan untuk dokumen keputusan yang belum ditemukan akan dilakukan proses penelusuran lebih lanjut yang akan dilakukan khusus oleh Tim Teknis JDIH. Sedangkan untuk arsip dokumen yang telah berhasil ditemukan selanjutnya dilakukan verifikasi dokumen dan pembuatan abstrak.

Untuk ketiga kalinya KPU Provinsi Sulawesi Selatan melakukan Rapat Monitoring dan Evaluasi Pengelolaan Jaringan Dokumentasi

dan Informasi Hukum (JDIH) se-Sulawesi Selatan. Sama halnya saat monitoring sebelumnya, KPU Provinsi Sulawesi Selatan melakukan monitoring terkait progress pengelolaan JDIH di setiap Kabupaten/Kota serta meminta setiap Kabupaten/Kota melaporkan progress dan kendala-kendala apa saja yang mereka alami selama proses pengelolaan JDIH. Pada kesempatan tersebut Komisioner divisi Hukum dan Pengawasan, Abd. Rahman menyampaikan jumlah laporan dokumen keputusan dan progress yang telah dilakukan KPU Kota Makassar selama bulan Juni, ada 126 dokumen SK beserta abstraknya yang telah terupload, 2 Keputusan Bawaslu, dan 1 Keputusan PTUN.

Peneliti melakukan wawancara dengan informan M. Faridi Wajdi selaku Ketua KPU untuk menanyakan strategi komunikasi KPU melalui website JDIH KPU terkait dengan pembentukan tim. Petikan wawancara sebagai berikut:

> “Keberadaan tim yang mengelola website JDIH di lingkungan KPU mempunyai peran yang sangat penting, hal ini sejalan dengan Peraturan Presiden Nomor 33 Tahun 2012 tentang Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Nasional. Dokumentasi dan informasi hukum yang telah tertata dan terselenggara dengan baik dalam satu jaringan nasional, sangat penting arti dan peranannya dalam upaya peningkatan, pemahaman dan pengetahuan mengenai hukum pada khususnya dan pembangunan di bidang hukum serta sebagai bagian dari pembangunan nasional pada umumnya” (Wawancara tanggal 11 Desember 2023)

Peneliti juga mewawancarai Komisioner KPU, Muh. Abdi Goncing dengan pertanyaan yang sama:

> “Terkait dengan pembentukan tim dalam penerapan strategi komunikasi KPU melalui website JDIH, diharapkan tim bisa menjalankan tugas dan fungsinya. Anggota JDIH bertugas untuk melakukan pengelolaan dokumentasi dan informasi hukum yang diterbitkan oleh instansinya. Selain itu menyelenggarakan fungsi mulai dari pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, pelestarian, dan pendayagunaan informasi Dokumen Hukum yang diterbitkan instansinya, pembangunan sistem informasi hukum berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang dapat diintegrasikan dengan laman (website) pusat JDIHN. Melakukan pembinaan dan pengembangan sumber daya manusia pengelola JDIH di lingkungannya, penyediaan sarana dan prasarana pengelolaan JDIH di lingkungannya, pelaksanaan evaluasi mengenai pengelolaan JDIH di lingkungannya paling kurang 1 (satu) kali dalam setahun, penyampaian laporan dari KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota kepada KPU melalui surat elektronik (email) jdih.kpu@kpu.go.id, cc: jdih.kpu@gmail.com; dan KPU menyampaikan laporan setiap tahun di bulan Desember kepada BPHN melalui aplikasi e-reporting.jdihn.go.id” (Wawancara tanggal 11 Desember 2023).

Wawancara dengan informan dimaknai bahwa strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum website JDIH KPU berdasarkan pembentukan tim menjadi hal yang penting. Dengan keberadaan tim yang kompeten dapat bekerja maksimal memberikan informasi terkait dan melakukan sosialisasi produk hukum website JDIH KPU. Keberadaan tim yang handal dapat menerapkan strategi komunikasi yang efektif, di mana strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang dinyatakan. Strategi komunikasi ini harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya harus dilakukan secara praktis, bahwa pendekatannya dapat bervariasi setiap saat tergantung pada situasi dan kondisi.

Tim JDIH Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar mengikuti kegiatan Bimtek Pembentukan dan Pengelolaan JDIH KPU Kabupaten/Kota Se Sulawesi Selatan yang diselenggarakan oleh KPU Provinsi Sulawesi Selatan secara daring. Kegiatan ini dihadiri 24 KPU Kabupaten/Kota Se Sulawesi Selatan, yang mana masing-masing setiapKabupaten/Kota menghadirkan 3 orang sesuai undangan, yaitu Komisioner Divisi Hukum dan Pengawasan, Kepala Sub Bagian Hukum dan Operator JDIH, jadi jika di total peserta dalam Bimtek Teknis tersebut menghadirkan 72 (tujuh puluh dua) orang se KPU Kabupaten/Kota diluar dari pihak KPU Provinsi Sulawesi Selatan

Tim JDIH KPU Kota Makassar menghadiri Rapat Koordinasi Evaluasi JDIH KPU Kabupaten Se Sulawesi Selatan yang diselenggarakan oleh KPU Provinsi Sulawesi Selatan pada hari Rabu, tanggal 10 Maret 2021. Kegiatan perdana ini dihadiri 24 KPU Kabupaten/Kota Se Sulawesi Selatan, yang mana setiap KPU Kabupaten/Kota melaporkanke KPU Provinsi tekait progress pengelolaan JDIH yang telah diunggah pada halaman JDIH dimaksud bagi masing-masing KPU Kabupaten/Kota se Sulawesi Selatan. Pada kesempatan tersebut Tim JDIH KPU Kota Makassar melaporkan telah menerbitkan SK Tim Pembinan dan Tim Teknis yang menangani JDIH di KPU Kota Makassar

Tim JDIH KPU Kota Makassar mengikuti Rapat Monitoring dan Evaluasi Lanjutan Pengelolaan JDIH KPU Kabupaten/Kota Se Sulawesi Selatan yang kembali dilaksanakan oleh KPU Provinsi

Sulawesi Selatan pada hari Kamis, 29 Juni 2021. Pada kegiatan ini KPU Provinsi Sulawesi Selatan meminta kepada Divisi Hukum dan Pengawasan, Kasubag Hukum, dan Operator JDIH KPU Kabupaten/Kota se Sulawesi Selatan yang merupakan peserta pada kegiatan Rapat Monitoring dan Evaluasi Lanjutan KPU Kabupaten/Kota se-Sulawesi Selatan untuk melaporkan progres lanjutan terhadap sejauhmana pengelolaan dan pengembangan JDIH masing-masing.

Tim yang terbentuk menerapkan strategi komunikasi untuk bisa memberikan informasi yang transparan dan melakukan sosialisasi. Setiap pesan komunikasi yang akan disampaikan selalu memiliki tujuan tertentu. Seorang komunikator dapat menggunakan teknik tersebut sehingga suatu pesan dapat disampaikan sesuai dengan tujuannya. Beberapa teknik ini adalah informasi, teknik persuasi atau teknik pengajaran. Isi pesan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari lebih banyak disampaikan kepada komunikan dengan menggunakan kombinasi simbol (lambang), seperti pesan komunikasi melalui surat kabar, film atau televisi. Simbol yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya bahasa yang dapat mengekspresikan atau mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan pendapat, hal-hal konkret dan abstrak, pengalaman masa lalu dan kegiatan mendatang, dan sebagainya. Komunikasi dalam bahasa memainkan peran yang sangat penting. Tanpa penguasaan bahasa,

pesan komunikasi tidak akan disampaikan kepada orang lain dengan baik. Akan ada banyak kesalahan informasi dan kesalahan intepetasi yang disebabkan oleh bahasa.

Berdasarkan penjelasan tersebut dipahami bahwa sebuah tim adalah sebuah unit yang terdiri dari dua orang atau lebihyang berinteraksi dan mengkoordinasikan pekerjaan mereka untuk menyelesaikansebuah tugas yang spesifik. Tidak ada satu cara khusus yang dipakai untuk membentuk sebuah tim. Tujuan untuk membentuk tim agar lebih bersemangat, memiliki kedekatan, saling percaya, dan produktif dapat dilakukan dengan banyak cara. Apapun caranya, hal yang penting diingat adalah tim itu sendiri harus mengembangkan kemampuan mengidentifikasikan persoalan kerja mereka dan sekaligus juga memecahkannya.

Pilihan-pilihan yang dimiliki manajer dalam usahanya untuk mengubah individu menjadi anggota/pemain tim, mulai dari seleksi, untuk menjadi pemain tim yang efektif, individual harus mempunyai keterampilan antar pribadi. Artinya baik keterampilan tekhnis maupun memenuhi peran dalam tim. Kemudian diberikan pelatihan, bagi anggota tim yang memungkinkan dapat menjadi pemain dalam tim, mereka dilatih terutama menyangkut: keterampilan tim, pemecahan masalah, komunikasi, perundingan, manajemen pemecahan masalah, komunikasi, perundingan, manajemen konflik. Selanjutnya diberikan penghargaan, sistem penghargaan/ganjaran untuk mendorong peningkatan kooperatif dari sebuah tim.

2. Materi Sosialisasi

Materi sosialisasi dalam hal ini membuat materi untuk disosialisasikan sebagai informasi publikasi informasi terkait regulasi dalam pemilihan umum. Penting bagi KPU menyusun strategi komuniksi dengan membuat materi sosialisasi. Beberapa hal yang harus diperhatikan terkait strategi komunikasi KPU dalam materi sosialisasi antara lain apa pesan kepemiluannya, seperti hari pemungutan suara, cek DPT online, informasi pindah memilih, serta sistem pemilu proporsional terbuka. Sudah saatnya melakukan evaluasi seberapa besar dampak penyampaian informasi tentang hari pemungutan suara, seberapa besar masyarakat atau warga negara mengetahuinya.

Selanjutnya melakukan pengecekan pada cekdptonline kpu.go.id dalam rangka untuk mendorong pemilih untuk memeriksa apakah dirinya sudah terdaftar sebagai pemilih sebelum penetapan Daftar Pemilih Tetap (DPT). Kegiatan penyusunan data Pemilih, pemutakhiran data Pemilih, sampai penetapan daftar pemilih bahwa respon masyarakat lebih bagus, partai politik interaksinya dengan KPU cukup bagus, relasi pemerintah dengan Kementerian Luar Negeri juga cukup bagus. Sampai ketika kabupaten/kota ketika menetapkan DPT yang relatif lancar, tidak terlalu ada guncangan-goncangan yang berarti.

Peneliti melakukan wawancara dengan informan Asrar selaku Sekretaris KPU untuk menanyakan strategi komunikasi KPU melalui website JDIH KPU terkait dengan materi sosialisasi. Petikan wawancara sebagai berikut:

> “Materi sosialisasi penting dibuat agar masyarakat mengetahui informasi pemilu. Ini menjadi kesempatan bagi warga negara untuk dapat memilih, dengan mensosialisasikan pemilu kepada masyarakat” ” (Wawancara tanggal 11 Desember 2023)

Peneliti juga mewawancarai penanggungjawab jaringan, Andrie Fajar Halyb dengan pertanyaan yang sama:

> “Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilih, maka perlu ada sosialisasi sebagai strategi komunikasi dari KPU. Strategi komunikasi itu sendiri meruapkan rancangan yang dibuat untuk merubah perilaku masyarakat dalam lingkup besar melalui pertukaran informasi baru. Dengan materi sosialisasi yang dibuat sebagai suatu perpaduan antara semua elemen dalam strategi komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang maksimal” (Wawancara tanggal 11 Desember 2023)

Wawancara dengan informan dimaknai bahwa strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum website JDIH KPU berdasarkan materi sosialisasi telah diterapkan dengan baik. Dalam proses politik, sosialisasi politik salah satu suatu hal yang penting karena bisa melibatkan individu-individu serta kelompok-kelompok dalam satu sistem untuk dapat berpartisipasi dalam sebuah proses politik. Secara luas sosialisasi politik merupakan transmisi dari budaya politik kepada generasi yang baru di suatu masyarakat tertentu. Sosialisasi politik menunjuk pada proses-proses pembentukan sikap-sikap, nilai-nilai, keyakinan, pendapat dan perilaku kondusif dan pola-pola tingkah laku untuk menjadi warga negara yang baik.

Sosialisasi politik adalah proses terhadap pengaruh seseorang atau individu bisa mengetahui sistem politik kemudian bisa

menentukan persepsi serta pemahaman terhadap interaksi politik. Sosialisasi politik menjadi proses interaksi seseorang untuk mendapatkan orientasi-orientasi politik dan pola-pola tingkah lakunya. Jadi dengan materi sosialisasi menunjukan pada proses sikap-sikap politik, pola-pola tingkah laku politik yang diperoleh atau dibentuk dan menjadikan sarana bagi suatu generasi untuk menyampaikan tingkatan ukuran politik dan keyakinan politik kepada generasi berikutnya.

Dengan materi sosialisasi produk hukum website JDIH KPU maka proses penyampaian politik berperan mengembangkan serta memperkuat sikap politik di masyarakat atau melatih warga masyarakat menjalankan peran-peran politik tertentu. Fungsi sosialisasi politik untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang kehidupan politik yang pada gilirannya dapat mendorong terbukanya pasrtisipasi secara maksimal didalam sistem politiknya.

Dengan demikian partisipasi politik juga datang dari segenap lapisan masyarakat, walaupun dalam kadar yang berbeda. Materi sosialisasi produk hukum website JDIH KPU sesungguhnya salah satu bentuk sosialisasi untuk para warga, mempelajari kebiasaan-kebiasaan politik dan nilai-nilai politik yang diterapkan untuk kemudian menjadi standar hidupnya dalam melakoni wujud politik sebagai warga Negara. Materi sosialisasi merujuk pada proses-proses pembentukan sikap-sikap politik dan pola-pola tingkah laku. Kemudian dikatakan lagi

sosialisasi menjadi sarana bagi suatu generasi untuk mewariskan patokan-patokan dan keyakinan-keyakinan politik kepada generasi sesudahnya.

Good information adalah suatu tata informasi yang baik yang salah satu indikatornya adalah adanya keterbukaan atau transparansi. Hal itu membuat KPU Kota Makassar memiliki kewajiban untuk memberikan akses informasi seluas-luasnya kepada masyarakat guna menuju informasi yang transparan. Hak memperoleh informasi adalah hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri negara demokrasi yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat. Dengan informasi pula seseorang dapat menyampaikan pendapat atau aspirasinya kepada KPU kota Makassar dengan benar dan tepat karena sebelum mengutarakan sesuatu hendaknya seseorang itu mengetahui apa yang akan disampaikan maka ini adalah peran dari sistem KDHI (Kanal Dokumentasi Informasi Hukum).

Sebelum pengelolaan JDIH KPU Kota Makassar terbentuk, di KPU Kota Makassar memiliki sistem Kanal Dokumentasi Informasi Hukum yang disingkat dengan nama KDIH. Sistem ini merupakan sebuah jaringan Informasi produk hukum pada lingkungan KPU Kota Makassar yang dalam proses penyelenggaraan tahapan pemilihan umum maupun tahapan pemilihan umum, serta produk hukum lainnya terakses di KDIH. Melalui fasilitas ini, kerahasiaan pelapor dijamin dari kemungkinan terungkapnya identitas kepada publik. Selain itu, melalui fasilitas ini pelapor juga dapat secara aktif berperan serta memantau

perkembangan laporan yang disampaikan tanpa perlu merasa khawatir identitasnya akan diketahui orang lain. Pada Pojok Hukum tersedia berbagai sarana, salah satunya komputer yang dapat mengakses langsung jaringan Web KPU Kota Makassar dengan menu sistem dalam KDIH yang meliputi:

a. Kaladioskop memuat aktivitas berbagai macam acara/kegiatan yang dilakukan oleh divisi Hukum yang diselanggarakan setiap minggu, bulan maupun tahunan.
b. Portal hukum memuat segala dokumen-dokumen yang berhubungan dengan hukum salah satunya SK yang dibuat oleh bagian Hukum.
c. JAPRi Ka dimana masyarakat dapat menyampaikan pengaduan kepada KPU Kota Makassar melalui surat, publikasi langsung, telepon, media publik, atau Japri Ka. Tindak lanjut penanganan laporan tersebut sangat bergantung pada kualitas laporan yang disampaikan. Caranya cukup dengan mengunjungi website KPU Kota Makassar lalu pilih menu “JAPRI KA”, atau langsung mengaksesnya melalui link japri ka.

Hak publik untuk mendapatkan informasi serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia yang telah di sediakan oleh KPU Kota Makassar yaitu JAPRI KA.

Gambar 2
Jaringan Aduan dan Laporan Masyarakat

Berdasarkan hal tersebut dipahami bahwa komunikasi dipandang sebagai proses mengenai pembentukkan pesan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan. Pesan pemilihan diharapkan dapat diterima dan dipahami secara sama oleh seluruh pemilih agar tingkat partisipasi ikut meningkat. Dalam penyampaian pesan, banyak metode yang bisa dilakukan untuk menjangkau khalayak sasaran baik secara langsung maupun melalui media.

3. Membuat Konten Hukum

Perkembangan teknologi informasi mendorong penyebaran informasi melalui beragam *platform* media sosial, seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan ragam media sosial lainnya. Media informasi yang bersifat satu arah seperti televisi dan koran semakin ditinggalkan seiring menjamurnya media digital ini. Keunggulan media baru ini terletak interaksi langsung di dunia maya, sehingga audiens atau publik dapat merespon balik secara langsung dan terjadi komunikasi dua arah.

Kehadiran media baru ini tentu juga menjadi tantangan bagi penyelenggara pemilu untuk dapat menyuguhkan media komunikasi yang memuat berbagai informasi kepemiluan yang dapat diakses oleh publik secara cepat, mudah dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam hal ini KPU membuat kontek hukum yang ditampilkan di website JDIH KPU.

Website JDIH KPU sangat tepat dipilih sebagai alat komunikasi kepada masyarakat karena mampu membuka ruang dialog yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif (komunikasi dua arah) antara penyelenggara dan khalayak secara luas. Untuk itu, media sosial harus mendapatkan prioritas pengelolaan yang serius dan profesional. Ada unsur utama yang harus dipenuhi dalam pengelolaan media sosial, yaitu *social engagement* (hal-hal yang disukai publik).

Peneliti melakukan wawancara dengan informan Asrar selaku Sekretaris KPU untuk menanyakan strategi komunikasi KPU melalui website JDIH KPU terkait dengan membuat konten hukum terkait KPU. Petikan wawancara sebagai berikut:

> “Konten hukum terkait KPU kami uplod semua di website JDIH. Konten-konten yang kami buat sebagai informasi kepada masyarakat terkait penyelenggaraan pemilu. Website JDIH KPU sebagai wadah pendayagunaan bersama atas dokumen hukum secara tertib, terpadu, dan berkesinambungan, serta merupakan sarana pemberian pelayanan informasi hukum secara lengkap, akurat, mudah, dan cepat” (Wawancara tanggal 11 Desember 2023)

Peneliti juga mewawancarai Pemimpin Redaksi, Rachmat Rachim dengan pertanyaan yang sama:

> “Konten hukum di laman JDIH KPU meliputi dokumen peraturan perundang-undangan, penetapan dan dokumen lainnya. Perundang-undangan tersebut terdiri atas undang-undang terkait KPU dan peraturan KPU. Dokumen penetapan berupa keputusan KPU dan keputusan sekretaris jenderal KPU. Selanjutnya dokumen lainnya berupa putusan pengadilan dan MK, monografi hukum dan naskah dinas” (Wawancara tanggal 11 Desember 2023).

Wawancara dengan informan dimaknai bahwa strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum website JDIH KPU berdasarkan membuat konten hukum terkait KPU. Standar teknis pengolahan dokumen dan informasi untuk konten hukum di website merupakan sarana pembuatan, pengembangan, dan pengelolaan standar minimal aplikasi JDIH yang bersifat dinamis untuk terciptanya keseragaman konten di pusat dan anggota JDIHN. Dalam mencapai keseragaman konten diatur standar metadata yang digunakan untuk mengintegrasikan data yang dimiliki oleh anggota JDIHN dengan database pusat.

Gambar 3
Postingan Konten KPU di Instagram

Penyusunan produk hukum terkait penyelenggaraan pemilihan, merupakan satah satu tugas dan kewajiban Divisi Hukum dan Pengawasan KPU Provinsi. Hal ini berdasarkan Peraturan KPU Nomor 8 Tahun 2019 tentang Tata Kerja KPU, KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Peraturan KPU Nomor 21 Tahun 2020. Pelaksanaan tugas tersebut mendapat dukungan administratif dari Sub Bagian Hukum, yang salah satu fungsinya adalah memfasilitasi prosedur penyusunan keputusan dan produk hukum lainnya.

Produk hukum memegang peranan vital dalam setiap tahapan pemilihan. Hal ini disebabkan karena fungsi dari produk hukum itu sendiri, dimana produk hukum memiliki fungsi untuk mengatur, mengesahkan, menetapkan atau meresmikan setiap perbuatan hukum, serta mengikat para pihak yang terkait dengan produk hukum tersebut. Sebagai contoh hasil perolehan suara di TPS disahkan dengan produk hukum berupa berita acara

4. Kelompok Sasaran

Kelompok sasaran yaitu bagian dari masyarakat yang menggunakan media sosial untuk mengakses berbagai informasi Pemilu. Media sosial mampu meningkatkan partisipasi politik masyarakat karena mempermudah penggunanya memperoleh serta memberikan informasi secara cepat. Penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye. Termasuk KPU dengan website JDIH KPU

yang digunakan untuk memuat konten produk hukum terkait Pemilu secara tidak langsung mengharapkan tingkat keaktifan partisipasi politik masyarakat. Partisipasi politik dimaknai sebagai kegiatan perseorangan, organisasi atau grup yang berkontribusi dalam dunia perpolitikan. Meningkatnya partisipasi politik mencerminkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap politik mengalami peningkatan.

Peneliti melakukan wawancara dengan informan Asrar selaku Sekretaris KPU untuk menanyakan strategi komunikasi KPU melalui website JDIH KPU terkait dengan kelompok sasaran. Petikan wawancara sebagai berikut:

> "Untuk kelompok sasaran, strategi komunikasi yang kami terapkan itu dengan mengoptimalisasikan media sosial yang menyajikan informsi yang dibutuhkan bagi masyarakat, khususnya pemilih baru generasi Z dan milenial. Dengan media sosial, para kelompok sasaran bisa mendapatkan informasi peserta pemilu baik itu DPR, DPD, DPRD, presiden dan wakil presiden. Serta visi, misi dan program yang diusung peserta pemilu" (Wawancara tanggal 11 Desember 2023)

Peneliti juga mewawancarai Pemimpin Redaksi, Rachmat Rachim dengan pertanyaan yang sama:

> "Strategi komunikasi untuk kelompok sasaran diterapkan oleh KPU diaktualisaiskan melalui media sosial. Segmen-segmen pemilih berdasarkan kelompok umur sebagai sasaran dalam memberikan sosialisasi dan pendidikan pemilih, ada beberapa hal yang penting harus diperhatikan di dalam memberikan sosialiasi dan pendidikan pemilih kepada masyarakat, diantaranya adaptasi, kolaborasi dan digitalisasi, sehingga dengan ini bisa menjadi pedoman oleh KPU memberikan sosialisasi kepada masyarakat" (Wawancara tanggal 11 Desember 2023).

Wawancara dengan informan dimaknai bahwa strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk

hukum website JDIH KPU berdasarkan kelompok sasaran. Komunikasi dengan kelompok sasaran penting sebagai upaya agar memaksimalkan penggunaan website dan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan pendidikan pemilih kepada masyarakat, sehingga berita dan informasi yang benar dan pendidikan pemilih yang tepat sasaran akan meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu dan pemilihan yang akan datang. Kelompok sasaran pemilih berdasarkan kelompok umur sebagai sasaran dalam memberikan sosialisasi dan pendidikan pemilih, ada beberapa hal yang penting harus diperhatikan di dalam memberikan sosialiasi dan pendidikan pemilih kepada masyarakat, diantaranya adaptasi, kolaborasi dan digitalisasi, sehingga dengan ini bisa menjadi pedoman oleh KPU memberikan sosialisasi kepada masyarakat.

5. Saluran Media Sosial

Eksistensi media sosial telah menjadi kekuatan untuk berbagi, dan membuat dunia makin transparan sampai ke pelosok-pelosok sepanjang terjangkau jaringan internet, serta tanpa mengenal batasan usia. Transparansi informasi merupakan sebuah kebutuhan penting dalam sebuah negara demokrasi. Bagaimanapun, transparansi dan partisipasi merupakan syarat bagi sebuah negara demokrasi seperti Indonesia. Di era digital saat ini, kebutuhan terhadap media sosial secara digital yang mendukung penyebarluasan informasi menjadi sebuah keniscayaan.

Tabel 4
Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi

No	Jenis Media Sosial	Nama Media Sosial	Jumlah Postingan
1	Facebook	JDIH KPU Makassar	73
2	Twitter	JDIH KPU Makassar	77
3	Instagram	JDIH KPU Makassar	149
4	Youtube	Hukum KPU Makassar	16

Sumber: KPU Kota Makassar

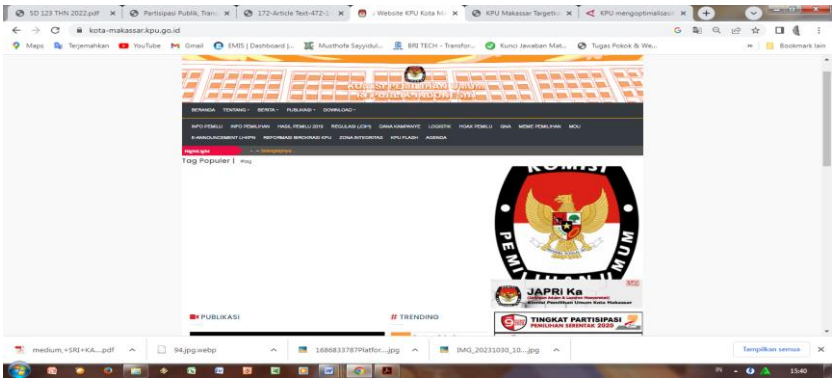
Peneliti melakukan wawancara dengan informan Andrie Fajar Halyb selaku Penanggungjawab jaringan untuk menanyakan strategi komunikasi KPU melalui website JDIH KPU terkait dengan saluran media sosial KPU. Petikan wawancara sebagai berikut:

> "Saluran media sosial sudah menjadi hal yang umum dalam berkomunikasi. Untuk itulah di website JDIH KPU masyarakat pemilih bisa mendapatkan informasi terkait dengan pemilihan yang akan diselenggarakan. Hal yang menentukan jangkauan informasi produk hukum dalam JDIH adalah daya publikasi konten, diantaranya dengan memanfaatkan media sosial, misalnya: Facebook, Twitter, Instagram, dan WhatssApp. Sejauh ini, JDIH KPU telah memiliki akun media sosial, namun belum optimal pengelolaannya" (Wawancara tanggal 11 Desember 2023)

Peneliti juga mewawancarai Pemimpin Redaksi, Rachmat Rachim dengan pertanyaan yang sama:

> "Terkait dengan saluran media sosial, masih perlu meningkatkan eksistensi dan kebermanfaatan JDIH KPU seperti melakukan penambahan jumlah staf pelaksana yang mengikuti Bimtek JDIH dalam rangka mengantisipasi terjadinya perubahan kebijakan kepegawaian. Hal ini juga penting dalam rangka regenerasi dan keberlanjutan eksistensial JDIH KPU. Perlunya penugasan staf khusus yang fokus untuk selalu bisa meng-update atau ditempatkan dalam posisi admin media sosial JDIH KPU. Dan juga melakukan inovasi-inovasi baru dalam meningkatkan kebermanfaatan atau aksesibilitas masyarakat terhadap dokumen hukum dalam JDIH KPU" (Wawancara tanggal 11 Desember 2023).

Wawancara dengan informan dimaknai bahwa transparansi informasi berusaha dipenuhi dengan kehadiran Jaringan Dokumentasi Informasi Hukum (JDIH). Dasar pertimbangan bahwa dokumentasi dan informasi hukum yang tertata dan terselenggara dengan baik dalam suatu jaringan nasional, sangat penting arti dan peranannya dalam upaya peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai hukum pada khususnya dan pembangunan bidang hukum sebagai bagian dari pembangunan nasional pada umumnya.



Gambar 4
Tampilan Depan Website KPU Makassar

Penyelenggara pemilu dituntut untuk transparan disebabkan karena beberapa alasan, diantaranya karena keterbukaan merupakan tuntutan demokrasi. Maksudnya, keterbukaan meminimalisasi kemungkinan penyelenggara negara melakukan manipulasi, karena keterbukaan memberikan peluang bagi warga untuk melakukan pengecekan dan kontrol. Dalam konteks penyelenggaraan pemilu, disinilah mekanisme *checks and balance* terjadi, baik antar lembaga penyelenggara pemilu maupun antara penyelenggara pemilu dan masyarakat.

Melalui saluran media sosial, transparansi dapat disetarakan atau memiliki kesamaan makna dengan keterbukaan (*openly*) sesuai tuntutan demokrasi. Bagi negara demokrasi yang menjaga netralitas penyelenggara pemilu, keterbukaan dalam penyelenggaraan pemilu menjadi alat ukur lahirnya pemerintahan yang pro-demokrasi. Karena pemerintahan pro-demokrasi hanya lahir dari mekanisme pemilu yang demokratis, dan ukuran demokratis atau tidaknya penyelenggara pemilu ditentukan oleh sejauh mana publik dapat mengawasi pelaksanaan tiap tahapan pemilu.

Hal ini berarti berkaitan dengan sikap penyelenggara yang terbuka untuk diawasi. Salah satu etika dasar penyelenggaraan pemilu adalah transparansi, dalam arti bahwa pemilu dalam semua aspeknya, mulai dari penyusunan peraturan perundangundangan, proses penyelenggaraan, hingga penyelesaian sengketa pemilu di pengadilan atau mahkamah, diselenggarakan secara transparan. Terkait dengan keputusan-keputusan yang dikeluarkan penyelenggara pemilu, harus dapat dipastikan bahwa peserta pemilu dapat menerima keputusan yang dibuat penyelenggara. Hal ini tentu saja jika mereka yakin bahwa keputusan yang dibuat adalah tepat. Untuk itu mereka harus punya akses pada informasi yang menjadi dasar pembuatan keputusan.

Transparansi merupakan prinsip dan syarat dari sebuah negara demokratis dan syarat bagi pelaksanaan pemilu/pemilihan yang demokratis. Segala aspek pemilu atau setiap tahapan harus taat terhadap asas transparansi atau keterbukaan, baik tahapan persiapan,

pelaksanaan hingga tahapan penyelesaian. Produk-produk hukum harus disampaikan secara terbuka kepada publik, tentu saja dikecualikan bagi produk hukum yang dibatasi oleh undang-undang untuk disebarluaskan.

Secara yuridis formal JDIH KPU sah berdiri dengan dasar hukum Keputusan KPU Nomor 136/Kpts/KPU/Tahun 2016 tentang Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Komisi Pemilihan Umum. Dasar pertimbangan pembentukan JDIH KPU adalah untuk melaksanakan ketentuan Pasal 4 dan Pasal 5 ayat (1) Peraturan Presiden Nomor 33 Tahun 2012 tentang Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Nasional. Ketentuan Pasal 4 Perpres tersebut mengatur organisasi JDIHN yang terdiri atas Pusat JDIHN dan Anggota JDIHN. Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia merupakan Pusat JDIHN, sedangkan Anggota JDIHN terdiri atas Biro Hukum dan/atau unit kerja yang tugas dan fungsinya menyelenggarakan kegiatan yang berkaitan dengan dokumen hukum, diantaranya pada lembaga pemerintah non kementerian, dimana institusi KPU masuk dalam kategori ini.

Sementara itu, ketentuan Pasal 5 ayat (1), pada pokoknya mengatur Biro Hukum dan/atau unit kerja yang tugas dan fungsinya menyelenggarakan kegiatan yang berkaitan dengan dokumen hukum pada lembaga pemerintahan non kementerian wajib membentuk organisasi jaringan dokumentasi dan informasi hukum di

lingkungannya. Sebagaimana termaktub dalam Keputusan KPU Nomor 136/Kpts/KPU/Tahun 2016, JDIH KPU merupakan wadah pendayagunaan bersama atas dokumen hukum Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia, Komisi Pemilihan Umum Provinsi dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota.

Untuk mengoperasikan website JDIH KPU maka ditetapkanlah Tim Pembina dan Tim Teknis JDIH KPU. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong perluasan jaringan akses informasi dan komunikasi dalam lingkup global, sehingga informasi dan komunikasi menjadi tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Untuk mendukung kebijakan reformasi birokrasi dan memudahkan masyarakat dalam memperoleh khususnya informasi bidang hukum, Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) merupakan kepentingan nasional yang mutlak keberadaannya. Pembentukan Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) tersebut bertujuan untuk pengelolaan dokumentasi dan Informasi hukum yang akurat, mudah dan cepat, sehingga perlu ada pengelolaan yang terpadu dan terintegrasi antara KPU RI, KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota.

Pelaksanaan pengelolaan JDIH pada lingkup KPU Kota Makassar tahun 2022 mengalami perubahan susunan Tim pembina dan tim Teknis, melalui Surat Keputusan KPU Kota Makassar 07 TAHUN 2022 Tentang Perubahan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar Nomor: 41/HK.04-KPT/7371/KPU-Kot/II/2021 tentang

Pembentukan Tim Pembina Dan Tim Teknis Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum di Lingkungan Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar, dan dalam rentan waktu 1 tahun (tahun 2022), beberapa dokumen Keputusan berhasil diunggah dengan menggunakan akun admin yang telah ditentukan oleh KPU RI. Selain mengunggah Keputusan pada website JDIH KPU Kota Makassar. Pengelola juga mengunggah berbagai Informasi (berita kegiatan) pada akun media sosial diantaranya akun instagram, untuk pengunggahan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh KPU Kota Makassar dapat di akses di media social instagram jdihkpu_makassar.

Pada tanggal 22 Desember 2022, Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sulawesi Selatan melaksanakan Rapat Koordinasi Penyuluhan Peraturan dan Regulasi pada Pemilu Tahun 2024 dan Pengisian Metadata Informasi Hukum pada JDIH Kabupaten/Kota Se-Sulawesi Selatan. kegiatan ini di ikuti secara daring dengan tema Mekanisme Pengeloaan JDIH KPU serta pengisian Metadata Indormamsi Hukum, meliputi, bagaimana Format file yang akan diunggah harus pdf, Dengan ketentuan halaman kop depan dan halaman bertanda tangan pdf image (hasil scan), selebihnya pdf teks (dari file word dikonversi ke pdf), memberikan footer JDIH di setiap halaman dokumen, Tulisan footer menyesuaikan dengan alamat website JDIH KPU masing-masing Satker, mengisikan seluruh kolom informasi yang terdapat pada menu admin dan proses pengunggahan.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi KPU

1. Sasaran Komunikasi

Sasaran komunikasi tergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikasi hanya untuk mengetahui (metode informatif) atau sehingga komunikasi mengambil tindakan tertentu (persuasif atau metode instruktif). Sasaran komunikasi dalam hal ini menjadi faktor pendukung atas penerapan strategi komunikasi KPU. Sasaran komunikasi dalam hal ini pemilih bagaimana mengetahui informasi terkait penyelenggaraan pemilihan melalui website JDIH KPUApapun tujuan, metode, dan jumlah tujuan, komunikan harus mempertimbangkan faktor isi pesan yang disampaikan kepada komunikan harus sesuai dengan kerangka referensi (*frame of reference*). Kerangka referensi semua orang akan berbeda dari yang lain. Seseorang terbentuk dalam diri mereka sebagai perpaduan pengalaman, pendidikan, norma kehidupan, status sosial, ideologi dan sebagainya.

Peneliti melakukan wawancara dengan informan Wahyuni selaku Anggota Redaksi Produk Hukum untuk menanyakan sasaran komunikasi sebagai faktor pendukung strategi komunikasi KPU melalui website JDIH KPU. Petikan wawancara sebagai berikut:

> “Strategi komunikasi dalam sosialisasi Pemilu sangat ditentukan oleh sasaran komunikasi. Untuk itu, strategi komunikasi KPU dilakukan melalui media elektronik dalam hal ini website JDIH KPU. Pengaruh media ini dalam kehidupan politik sangatlah besar. Media mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat. Hal ini menjadi sangat penting dalam sosialisasi KPU.Cakupan yang luas dalam masyarakat membuat media website dianggap sebagai salah satu cara yang efektif dalam mengkomunikasikan produk hukum KPU” (Wawancara tanggal 11 Desember 2023)

Peneliti juga mewawancarai Pemimpin Redaksi, Rachmat Rachim dengan pertanyaan yang sama:

> “Komunikasi politik dipahami sebagai komunikasi antara ”yang memerintah” dan ”yang diperintah”. Dalam praktiknya, komunikasi sangat kental dalam kehidupan sehari-hari. Sebab, dalam aktivitas sehari-hari, tidak satu pun manusia tidak berkomunikasi, dan kadang-kadang sudah terjebak dalam analisis dan kajian komunikasi politik. Agar masyarakat memahami produk hukum KPU, maka disediakan website JDIH KPU yang didalamnya termuat produk hukum agar sasaran komunikasi yaitu masyarakat pemilih memahami aturan yang berlaku dalam penyelenggarakan pemilihan” (Wawancara tanggal 11 Desember 2023).

Wawancara dengan informan dimaknai bahwa semua bentuk interaksi manusia melibatkan komunikasi. Media internet dalam hal ini website ataupun media sosial lainnya sebagai bentuk strategi komunikasi yang diterapkan oleh KPU. Saluran informal menjadi sistem komunikasi paling berkembang agar komunikasi yang diterapkan KPU tepat sasaran.

Sasaran komunikasi juga dilihat dari situasi komunikasi interpersonal lebih mudah untuk mengenali kerangka referensi komunikan, sehingga komunikasi antarpribadi dapat dengan mudah ketika dia ingin bertanya tentang identitasnya, yang sulit adalah mengenali kerangka referensi komunikan dalam komunikasi kelompok. Acuan komunikan dalam komunikasi massa, yang penyebabnya heterogen. Sifat heterogen menyebabkan pesan yang disampaikan kepada publik melalui media massa hanya bersifat informatif dan umum, yang dapat dipahami oleh semua orang, dan pada hal-hal yang menyangkut kepentingan semua orang.

2. Pemilihan Media Komunikasi

Pilihan media komunikasi merupakan salah satu bentuk pencapaian tujuan komunikasi. Cara untuk melakukan ini adalah dengan memilih satu atau beberapa media yang akan digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi. Pilihan media tergantung pada tujuan yang ingin dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan.

Peneliti melakukan wawancara dengan informan Andrie Fajar Halyb selaku Penanggungjawab Jaringan untuk menanyakan pemilihan media komunikasi sebagai faktor yang menentukan strategi komunikasi KPU melalui website JDIH KPU. Petikan wawancara sebagai berikut:

> "Asas pemilu adalah langsung. Langsung artinya siapa saja yang memilih itu adalah pemilih, karena pemilih ini banyak orang, sehingga peminat informasi hukum, dokumentasi hukum juga banyak dibanding dengan informasi yang lain. Untuk itu website JDIH KPU harus menjadi media komunikasi yang tepat untuk memberikan informasi produk hukum kepada masyarakat pemilih. Buat tampilan-tampilan publikasi yang menarik agar masyarakat tertarik mengunjungi laman website" (Wawancara tanggal 11 Desember 2023)

Peneliti juga mewawancarai Pemimpin Redaksi, Rachmat Rachim dengan pertanyaan yang sama:

> "Website JDIH KPU itu bukan hanya kapasitas substansinya, bukan hanya kapasitas aplikasinya atau sistemnya, tetapi juga peningkatan kapasitas personil para pengelola JDIH. *Person Behind the Machine* menjadi sesuatu yang penting, orang-orang yang mengelola JDIH juga menjadi penting untuk ditingkatkan kapasitasnya" (Wawancara tanggal 11 Desember 2023).

Wawancara dengan informan dimaknai bahwa pentingnya melakukan pengelolaan media komunikasi sesuai simulasi penyusunan abstrak produk hukum. Media komunikasi yang sangat banyak tidak dapat dikonfirmasi dengan pasti media mana yang terbaik dan paling tepat, karena masing-masing media memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Misalnya, media cetak dan media visual dapat ditinjau berulang kali dan disimpan sebagai dokumentasi. Sementara media audio hanya bisa didengar, dan pesan melalui media audio visual bisa ditangkap secara penuh, yang bisa dilihat dan didengar.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Setiap pesan komunikasi yang akan disampaikan selalu memiliki tujuan tertentu. Seorang komunikator dapat menggunakan teknik tersebut sehingga suatu pesan dapat disampaikan sesuai dengan tujuannya. Beberapa teknik ini adalah informasi, teknik persuasi atau teknik pengajaran. Isi pesan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari lebih banyak disampaikan kepada komunikan dengan menggunakan kombinasi simbol (lambang), seperti pesan komunikasi melalui surat kabar, film atau televisi.

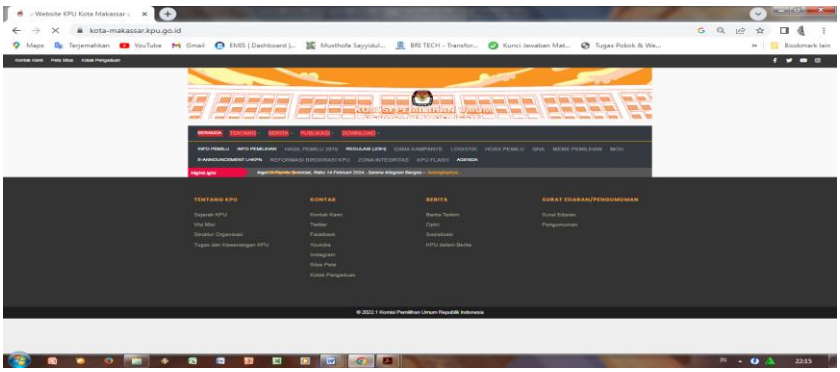
Peneliti melakukan wawancara dengan informan Pemimpin Redaksi, Rachmat Rachim untuk menanyakan pengkajian tujuan pesan komunikasi yang merupakan faktor yang menentukan strategi komunikasi KPU melalui website JDIH KPU. Petikan wawancara sebagai berikut:

> “Website JDIH KPU telah menjalankan fungsi informatif, dimana komunikasi dipandang sebagai sistem pemrosesan informasi dan menyebarkannya kepada pihak yang membutuhkan, baik internal dan eksternal. Implementasi dari fungsi ini dapat dilihat pada situs KPU yang menginformasikan tentang peraturan, kebijakan, putusan yang berkaitan dengan pemilihan umum” (Wawancara tanggal 11 Desember 2023)

Peneliti juga mewawancarai anggota redaksi produk yukum, Wahyuni dengan pertanyaan yang sama:

> “Tujuan pesan komunikasi dalam hal ini masih kurang maksimal. Dalam hal ini masih perlu proses komunikasi yang baik agar kegiatan yang kita lakukan sesuai dengan tujuan organisasinya” (Wawancara tanggal 11 Desember 2023).

Wawancara dengan informan dimaknai bahwa pentingnya membangun komunikasi yang efektif dalam sebuah organisasi. Komunikasi yang efektif hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya. Untuk mencapai komunikasi yang efektif ada lima komponen dalam komunikasi yaitu: komunikator (yang menyampaikan), pesan, media, komunikan (yang menerima), dan efek. Jadi, pencapaian tujuan pesan komunikasi berjalan baik dengan melibatkan kelima komponen di atas. Namun, sayangnya terkadang proses komunikasi berjalan tidak efektif akibat adanya gangguan pada salah satu komponennya.



Gambar 5
Tampilan Website JDIH KPU Kota Makassar

Gambar di atas menunjukkan website JDIH KPU Makassar sebagai wadah publikasi produk hukum. Tata cara atau mekanisme pengelolahan dan pengunggahan dokumentasi sk pada halaman JDIH. Berikut ditunjukkan pengelolaan dokumen hukum dari bulan Januari s/d Desember 2021 sebanyak 527 (lima ratus dua puluh tujuh) dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 5
Pengelolaan Dokumen Hukum dari bulan Januari s/d Desember 2021

No.	Jenis Dokumen	Fisik/ Hardcopy	Web/Softfile
I. Keputusan KPU Kota Makassar			
1.	Tahun 2024	447	447
2.	Tahun 2023	209	209
3.	Tahun 2022	41	41
4.	Tahun 2021	93	93
5.	Tahun 2020	382	382
6.	Tahun 2019	47	47
7.	Tahun 2018	51	51
8.	Tahun 2017	2	2
9.	Tahun 2016	1	1
10.	Tahun 2015	1	1
11.	Tahun 2013	26	26
12	Tahun 2009	8	8
13	Tahun 2008	5	5
	Jumlah	1.314	1.314
II. PutusanPengadilan			
1.	PutusanBawaslu Kota Makassar	2	2
2.	PTUN	1	1
Jumlah		3	3
TOTAL		1.320	1.320

Sumber: KPU Kota Makassar

Khusus unggahan berita pada halaman JDIH KPU Kota Makassar, telah diakukan penguplotan sebanyak 30 postingan berita. Selanjutnya teknis pengelolaan stuktur tim pembina dan tim teknis JDIH KPU Kota Makassar ditetapkan berdasarkan Keputusan Komisi

Pemilihan Umum Kota Makassar Nomor, 41/HK.04-Kpt/7371/KPU-Kot/II/2021, Tanggal 2 Februari 2021 tentang Pembentukan Tim Pembina dan Tim Teknis Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum di Lingkungan Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar

Pedoman Kerja/Standar Operasional Prosedur (SOP) JDIH KPU Kota Makassar dalam pengelolaan JDIH ditetapkan ditetapkan oleh Sekretaris Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar dengan Nomor /HK.04-PSO/7371/Sek-Kot/VII/2021, pada tanggal 25 Februari 2021. Jumlah dokumen hukum yang telah disusun abstrak dan resumenya sebanyak dengan rincian: 1) Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar sebanyak 524 yang kesemuanya telah ditampilkan dalam halaman JDIH KPU Kota Makassar; dan 2) Putusan Bawaslu Kota Makassar sebanyak 2 Keputusan, dan Keputusan PTUN sebanyak 1 Keputusan, yang mana semuanya telah ditayangkan di halaman JDIH KPU Kota Makassar. Ada 2 (dua) Keputusan yang belum diunggah ke halaman JDIH yaitu putusan Mahkamah Agung (MA) dan Mahkama Konstitusi (MK), hal tersebut disebabkan belum adanya menu atau item yang tersedia dalam halaman JDIH KPU Kota Makassar.

4. Peranan Komunikator

Ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan dapat mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikan melalui mekanisme tarik-

menarik jika komunikan merasa komunikator ikut serta dengannya. Dengan kata lain, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dan komunikan yang mau mematuhi isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Peneliti melakukan wawancara dengan informan Wahyuni selaku Anggota Redaksi Produk Hukum untuk menanyakan peranan komunikator sebagai faktor dalam menentukan strategi komunikasi KPU melalui website JDIH KPU. Petikan wawancara sebagai berikut:

> "Komunikasi memegang peranan penting dalam setiap aspek kehidupan baik bagi individu, kelompok maupun organisasi. Komunikasi bagi pemerintah dilakukan untuk menyampaikan pesan-pesan pembangunan maupun kebijakan kepada publiknya dengan tujuan agar publik dapat memahami serta ikut berpartisipasi menyukseskan setiap program yang dilaksanakan" (Wawancara tanggal 15 Desember 2023).

Wawancara dengan informan dimaknai bahwa komunikasi KPU dalam pemilihan umum bertujuan menyampaikan pesan pemilu yaitu seluruh proses dan tahapan pemilihan kepada publiknya. Publik memiliki hak untuk mengetahui proses pemilu yang sedang berjalan. Komunikasi KPU sebagai bentuk partisipasi pemilih dalam memberikan hak suaranya dalam pemilu. Peningkatan maupun penurunan partisipasi pemilih dalam pemilu tidak terlepas dari peran seluruh stakeholders, namun, sebagai lembaga penyelenggara pemilu, KPU harus mampu memaksimalkan perannya dengan melakukan komunikasi secara aktif dalam setiap proses tahapan yang berlangsung agar publik dapat memahami arti penting sebuah pemilu dan dengan kesadaran diri ikut berpartisipasi

Komunikasi yang sukses adalah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini sangat terkait dengan keahlian yang dimiliki seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus empatik (empati), yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya ke peran orang lain. Dengan kata lain, bisa merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Seorang komunikator harus menjadi empati ketika berkomunikasi dengan komunikan yang sedang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, kecewa, dan sebagainya.

Posisi KPU sebagai penyelenggara lebih bertanggungjawab terhadap persoalan partisipasi masyarakat yang disebabkan oleh persoalan teknis penyelenggaraan pemilu. Ketika pemilih tidak menggunakan hak pilihnya akibat absennya informasi tentang mekanisme pemilihan atau hari pemungutan suara yang disampaikan oleh KPU maka hal ini menjadi tanggungjawab penyelenggara.

D. Pembahasan

Komunikasi sebagai proses serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Sebagai proses, komunikasi tidak statis, melainkan dinamis dalam arti akan selalu mengalami perubahan dan berlangsung terus menerus. Kegiatan komunikasi yang berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan.

Komunikasi yang baik menjadi alat yang dipakai oleh manusia untuk melangsungkan interaksi sosial baik secara individu dengan individu, individu dengan kelompok maupun kelompok dengan kelompok yang dapat mudah dimengerti atau dipahami oleh seseorang atau komunikan. Untuk mencapai komunikasi yang efektif diperlukan strategi komunikasi yang baik. Strategi merujuk pada pendekatan komunikasi menyeluruh yang akan diambil dalam rangka menghadpi tantangan yang akan dihadapi selama berlangsungnya proses komunikasi.

Strategi menjadi suatu arah dan kebijaksanaan untuk pencapaian tujuan organisasi yang melibatkan peran dan tanggung jawab anggota. Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*comminication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam hal ini strategi komunikasi yang diterapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH pada Pemilu tahun 2024.

Strategi komunikasi KPU ini hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran untuk memberikan informasi dan sosialisasi di era digitalisasi yaitu dengan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif.

Pemilihan Umum atau disingkat dengan Pemilu menjadi salah satu sarana untuk mewujudkan kedaulatan rakyat dalam kehidupan bernegara. Sebagai negara demokrasi, Indonesia memberikan peluang untuk seseorang memilih ataupun dipilih dalam pemilihan umum. Sebagai sarana sekaligus sebagai ukuran dilaksanakan atau tidaknya kedaulatan rakyat, hakikat pemilihan umum adalah sebagai pengakuan atas keberadaan hak memilih dan menentukan pilihannya secara bebeas dalam proses pemilihan dan hak untuk dipilih setiap warga negara untuk berkesempatan yang adil dalam menjadi anggota DPR, DPD, Presiden dan Wakil Presiden, DPRD dan kepala daerah. Dalam Pasal 22E ayat (2) UUD 1945 dijelaskan bahwa: Pemilihan Umum diselenggarakan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil setiap lima tahun sekali.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) merupakan lembaga yang memimpin jalannya pemilu di Indonesia. Dalam menjalankan tugasnya KPU sudah diberikan jalur untuk menjalanka pemilu yang sudah tertera pada UUD nomor 22 tahun 2007. Disamping itu, peran KPU juga sangat dibutuhkan untuk melakukan komunikasi dalam memberikan informasi dan menjalankan proses sosialisasi pada masyarakat. Hal ini dapat diperoleh melalui website JDIH, dalam sosialisasi memberikan informasi kepada masyarakat tentang pengetahuan soal politik, sehingga masyarakat lebih melek politik.

Dalam hal menerbitkan produk hukumnya KPU melalui website JDIH juga dirangkaikan dengan mensosialisasikan langsung ke pihak-pihak terkait dengan mengadakan pertemuan membahas Surat Keputusan tentang Lokasi Kampanye dan Alat Peraga Kampanye sebelu di terbitkan melalui proses penyuluhan yang berjenjang. KPU Kota Makassar pada tanggal 20 November berkoordinasi terlebih dahulu dengan Pemerintah Kota Makassar terkait zona-zona kampanye yang boleh dan tidak untuk di gunakan sesuai aturan Perda yg berlaku di Kota Makassar.

Selanjutkan tanggal 21 November KPU Kota Rakor dengan Partai Politik di terkait regulasi titik lokasi APK yang boleh dan tidak oleh Partai,Caleg untuk di pasang baik bentuk Baliho,Spanduk,Templet, Liplet dan Brosur. Tokoh Masyarakat dan lembaga seperti Kepolisian, Bawaslu dan intitusi pemerintahan lainnya juga dilibatkan dalam penyuluhan produk hukum APK guna mengetahui respon kemanfaatan terbitnya Surat Keputusan Penetapan APK oleh KPU Kota Makassar terhadap keberlangsungan demokrasi kepemiluan di wilayah Kota Makassar.

Masa kampanye Pemilu 2024 di masa tenang, seluruh APK Pemilu diterbitkan. Menurut Peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 28 Tahun 2018, Alat Peraga Kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan/atau informasi lainnya dari Peserta Pemilu. APK ini juga dapat memuat simbol atau tanda gambar Peserta Pemilu, yang dipasang untuk keperluan Kampanye yang

bertujuan untuk mengajak orang memilih Peserta Pemilu tertentu. APK pemilu diatur dalam Peraturan KPU Nomor 15 Tahun 2023 berupa reklame, spanduk dan umbul-umbul. Desain dan materi pada alat peraga kampanye paling dapat memuat visi, misi, program, dan/atau citra diri peserta pemilu.

Gambar 6
Salah Satu APK Pemilu 2024

Dalam penggunaannya, pemasangan APK Pemilu mengikuti beberapa aturan dan ketentuan yang ditetapkan antara lain:

1. Peserta pemilu diperbolehkan memasang APK di tempat umum sebagai salah satu metode kampanye (pasal 26 ayat 1);
2. APK Pemilu dapat dipasang di halaman gedung atau tempat pertemuan jika diadakan pertemuan kampanye secara tatap muka (pasal 32 ayat 5);

3. KPU dapat memfasilitasi pemasangan alat peraga kampanye, dengan biaya ditanggung oleh peserta pemilu (pasal 35 ayat 1 & 2);
4. APK pemilu tidak boleh dipasang di lokasi-lokasi yang dilarang berdasarkan peraturan yang berlaku. (pasal 36 ayat 1-4).

Dalam menetapkan pemasangan APK, KPU menggelar Rapat Koordinasi Persiapan Penentuan pemasangan Alat Peraga Kampanye (APK) dan Bahan Kampanye (BK) Pemilu Tahun 2024. Undangan KPK diberikan kepada beberapa stakeholder atau Instansi terkait diantaranya Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), Kemenag, Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (DPUPR), Badan Pendapatan Daerah (Bapenda), Satpol PP, Bakesbangpol, Dinas Pendidikan, dan Bagian Hukum Sekretariat Daerah. Biasanya rapat dimulai di pagi hari mulai pukul 10.15 Wita. Dalam rapat hadir para Anggota KPU.

Rapat yang diadakan membahas sebelum pelaksanaan tahapan Kampanye, KPU harus berkoordinasi terlebih dahulu agar nanti KPU dalam menyusun dan membuat Surat Keputusan Pemasangan Alat Peraga Kampanye (APK) dan Bahan Kampanye (BK) tidak melanggar aturan yang ada. Tahapan Kampanye dimulai dari tanggal 28 November 2023 sampai dengan 10 Februari 2024. Waktu 75 hari Partai Politik Peserta Pemilu akan melaksanakan tahapan Kampanye dengan jadwal Kampanye yang harus disampaikan kepada KPU dan Bawaslu. Beberapa hal yang harus diperhatikan ketika masa tahapan kampanye, diantaranya yaitu pemasangan Alat Peraga Kampanye dan Bahan Kampanye. APK

yang dibuat oleh Partai Politik nantinya akan diatur oleh KPU untuk pemasangannya. KPU juga akan memverifikasi desain APK dari Partai Politik peserta Pemilu sebelum APK itu dipasang.

Rapat Koordinasi membahas tentang peraturan-peraturan yang ada sebagai acuan pembuatan Surat Keputusan KPU dalam pemasangan APK. Biasanya ada Perda yang membahas tentang reklame, baliho atau sebutan lainnya yang berhubungan dengan APK Peserta Pemilu untuk mengetahui titik mana saja yang dilarang dan diperbolehkan dalam pemasangan APK dan BK agar ketika pemasangan APK dan BK nanti tidak bertentangan dengan hukum yang ada. Rapat koordinasi biasanya dilaksanakan selama sekitar 90 menit antara KPU dan stakeholder yang hadir berdiskusi dan saling tukar pendapat untuk masukan kepada KPU sebelum masa tahapan kampanye dimulai.

Berdasarkan Keputusan KPU Kota Makassar No. 439 Tahun 2023 tentang Penetapan Pemasangan Alat Peraga Kampanye Pemilihan Umum Tahun 2024, yang menimbang bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 26 ayat (1) Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum dan berdasarkan pertimbangan tersebut perlu menetapkan Keputusan KPU Kota Makassar tentang Penetapan Pemasangan Alat Peraga Kampanye dan Lokasi Rapat Umum Kampanye Pemilu Tahun 2024.

Pemasangan APK dan lokasi rapat umum kampanye Pemilu tahun 2024 dilaksanakan dengan mempertimbangkan etika, estetika, kebersihan dan keindahan Kota Makassar sesuai aturan yang berlaku.

Adapun segala biaya yang timbul dalam pelaksanaan kegiatan ini dibebankan kepada APBN KPU Kota Makassar TA 2023. Adapun lokasi-lokasi yang dilarang untuk dipasang APK Pemilu sebagaimana dijelaskan dalam pasal 71 ayat 1, PKPU Nomor 15 Tahun 2023, yaitu tempat ibadah, rumah sakit atau tempat pelayanan kesehatan tempat pendidikan, meliputi gedung dan/atau halaman sekolah dan/atau perguruan tinggi, gedung milik pemerintah, fasilitas tertentu milik pemerintah, dan fasilitas lainnya yang dapat mengganggu ketertiban umum. Pemasangan APK harus mempertimbangkan etika, estetika, kebersihan dan keindahan kota atau kawasan setempat (pasal 36 ayat 5). Pemasangan APK di tempat yang merupakan milik pribadi atau badan swasta harus atas izin dari pemilik tempat tersebut (pasal 36 ayat 6). APK Pemilu wajib dibersihkan oleh peserta pemilu paling lambat 1 hari sebelum hari pemungutan suara (pasal 36 ayat 7).

Untuk nama jalan yang dilarang memasang reklame insidentil dalam wilayah daerah yaitu Jalan Jenderal Sudirman, Jalan Penghibur, Jalan Haji Bau, Jalan Somba Opu, Jalan Pasar Ikan, Jalan Ujung Pandang, Jalan Balaikota, Jalan Gunung Bawakaraeng, Jalam Dr. Sam Ratulangi, Jalan Urip Sumoharjo dan Jalan Andi Pangeran Pettarani. Adapun lokasi yang menjadi aset pemerintah dapat digunakan sebagai tempat Rapat Umum Kampanye Pemilu Tahun 2024 seperti Lapangan Karebosi, Lapangan Hertasning (Emmy Saelan) dan Lapangan BTP (Lampiran Keputusan KPU Kota Makassar Nomor 439 Tahun 2023).

Selanjutnya Peraturan KPU Nomor 3 Tahun 2022 tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Tahun 2024, disebutkan bahwa masa tenang pemilu 2024 berlangsung selama 3 hari terhitung sejak Minggu, 11 Februari hingga Selasa, 13 Februari 2024. Untuk diketahui, masa tenang adalah waktu yang tidak diperbolehkan untuk melakukan aktivitas kampanye. Larangan tersebut diatur dalam Pasal 275 ayat 1 UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, di antaranya sebagai berikut:

1. Pertemuan terbatas
2. Pertemuan tatap muka penyebaran bahan kampanye Pemilu kepada umum
3. Pemasangan alat peraga di tempat umum media sosial iklan media massa cetak, media massa elektronik, dan internet
4. Rapat umum debat Pasangan Calon tentang materi kampanye pasangan calon kegiatan lain yang tidak melanggar larangan kampanye, Pemilu dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

KPU Kota Makassar mempunyai komitmen dalam penyelenggaraan pemilu yang diselenggarakan pada tanggal 14 Februari 2024. Suksesnya pemilu tentunya tidak lepas dari peran KPU yang mempunyai tugas dan fungsi tersendiri, salah satunya adalah merencanakan dan mepersiapkan jalannya pelaksanaan pemilu. KPU juga mempunyai cara atau strategi untuk menciptakan dan mengupayakan pemilu yang kondusif. KPU dalam rancangan skenario Pemilu 2024 memiliki dua alternatif hari pemungutan suara pemilu serentak 2024 di tanggal 14 Februari.

Pelaksanaan pemungutan suara pemilu yang lebih awal dibandingkan periode sebelumnya, yakni April, karena partai memerlukan waktu yang cukup untuk menyiapkan syarat pencalonan Pemilu tahun 2024. Sebab, hasil dari pemilu legislatif menjadi acuan persyaratan pencalonan kepala daerah dari jalur partai politik. Selain itu, Pemilu tahun 2024 mempertimbangkan proses administrasi anggaran yang biasanya masih menemui kendala pada Januari-Februari. Kondisi cuaca awal tahun yang menjadi puncak musim hujan dapat mengganggu pengiriman logistik dan pemungutan suara. Pemilihan hari tersebut juga memperhatikan hari libur keagamaan dan nasional yang berpotensi meningkatkan mobilitas pemilih

Pemilu serentak di tahun 2024 ini sebagai upaya untuk menciptakan *local accountability, political equity dan local responsivenesess*. Dengan demikian, demokrasi ditingkat lokal terkait erat dengan tingkat partisipasi dan relasi kuasa yang dibangun atas dasar pelaksanaan azas kedaulatan rakyat. Selain itu juga mampu mengantarkan masyarakat pada kondisi sosial, politik dan ekonomi yang lebih baik, tentunya pemilihan yang baik akan menghasilkan pemimpin yang baik pula dan diselenggarakan secara lebih profesional, demokratis, akan memberikan dampak nyata terhadap perubahan politik.

Dalam tahapan demokrasi yang biasa disebut pesta demokrasi rakyat tidak bisa terlepas dari strategi komunikasi, sebagai suatu proses merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara

berurutan serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Proses strategi komunikasi tidak statis, melainkan dinamis dalam arti akan selalu mengalami perubahan dan berlangsung terus menerus. Kegiatan komunikasi yang berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan.

Komunikasi yang baik adalah alat yang dipakai oleh manusia untuk melangsungkan interaksi sosial baik secara individu dengan individu, individu dengan kelompok maupun kelompok dengan kelompok yang dapat mudah dimengerti atau dipahami oleh seseorang atau komunikan. Sosialisai atau menyebarluaskan aturan kepemiluan sangatlah penting. Sosialisasi dilakukan dalam rangka meningkatkan partisipasi pemilih dan menekan sekecil mungkin pemilih yang golput serta pelaanggaran atas pelaksanaan pemilu. Apalagi dengan intensitas waktu penyelenggaraan Pemilu yang padat dan berangkai mulai dari Pemilu Legislatif, Pemilihan Presiden, Pemilihan Gubernur, Pemilihan Bupati dan Wali Kota serta wakilnya masing-masing, maka sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH memainkan peran yang penting.

Kondisi ini semualah menuntut pentingnya sosialisasi website JDIH dalam rangka mensukseskan pelaksanaan pemilu. Sasaran KPU dalam mensosialisasikan aturan pemilu 2024 dalam website JDIH adalah pemlih pemula dan mahasiswa yang melek teknologi, karena pada pemilu yang lalu rentan untuk dihasut melakukan pelanggaran pemilu dan golput.

Pemilu merupakan kebijakan pemerintah yang telah menjadi agenda berkala setiap 5 tahun, oleh karena itu setiap masyarakat harus mentaati kebijakan tersebut. KPU memiliki bagian teknis penyelenggara pemilu, partisipasi dan hubmas yang salah satu tugas pokok menjalankan segala pekerjaan Humas untuk keterbukaan informasi dan publikasi dalam mensosialisaikan segala produk hukum berupa peraturan dan tahapan pemilu. Humas menjadi *communicator* dalam sebuah instansi yang memberikan informasi seputar instansi pemerintah merupakan salah satu fungsi dari publisitas.

Kegiatan publisitas bertujuan untuk mengenalkan instansi pemerintahan kepada khalayak dengan harapan instansi pemerintah bisa dikenal dan tetap eksis dilingkungan sekitar. Dan sebagai masyarakat atau mahluk sosial memang memiliki kewajiban untuk memperoleh informasi. Hak atas kebebasan memperoleh informasi merupakan Hak Asasi Manusia yang timbul dari *natural right*.

Mencermati pesta demokrasi pada Pemilu 2024 ini, semua pihak dituntut untuk mempersiapkan diri lebih baik dan berkompetisi secara sehat, elegan, dan sportif yang harus diwujudkan untuk suasana yang kondusif agar tegaknya keadilan pemilu berdasarkan Undang-undang, wujudkan harapan reformasi, jujur, adil, mandiri dan berintegritas tinggi, bersama rakyat awasi pemilu. Disini peranan dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) sangat dibutuhkan agar masyarakat lebih tahu aturan pemilu 2024 melalui sosialisasi produk hukum di website JDIH.

Uraian di atas, didukung beberapa teori yang relevai, seperti teori strategi dikemukakan oleh Siagian (2019) bahwa strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Craig & Grant (2018) strategi sebagai penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Wenburg dan Wilmot (2020) menyebutkan setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi. Komunikasi sebagai tindakan satu arah, yakni komunikasi mengacu pada sumber dan mengisyaratkan sebagai kegiatan yang disengaja, untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator.

Teori strategi komunikasi dari Rogers (2019) memberi batasan strategi komunikasi sebagai rancangan yag dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar ide-ide baru. Middleton (2020) menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Atas uraian teori-teori tersebut, dipahami bahwa strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan dan mempromosikan visi komunikasi an satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik. Strategi

digunakan untuk menciptaan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.

Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah satu plihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya. Strategi komunikasi menjadi tujuan akhir komunikasi, yang berperan memfasilitasi peubahan perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manjemen.

Strategi komunikasi KPU sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH pada Pemilu 2024 berkaitan dengan kegiatan.

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani kesenjanagn budaya akibat kemudahan yang diperoleh dan kemudahan dioperasionalkakannya media massa. Strategi komunikasi jua memiliki bebrapa kriteria atau standar kualitas.

Strategi komunikasi dimulai dengan mengidentifikasi visi dan misi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. Rumusan visi biasanya terdiri dari “beberapa kata” yang mengandung tujuan, harapan, cita-cita ideal komunikasi. Dari rumusan visi itulah akan dirumuskan misi yang menjabarkan cita-cita ideal ini.

Strategi komunikasi ini menentukan program dan kegiatan. Program dan kegiatan adalah seangkaian aktivitas yang harus dikerjakan, program dan kegiatan merupakan penjabaran dari misi. Selanjutnya menentukan tujuan dan hasil. Setiap program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil yang akan diperoleh. Biasanya para perumus kebijakan membuat definisi tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai.

Penerapan strategi komunikasi juga melakukan seleksi audiens yang menjadi sasaran. Perencanaan komunikasi menentukan kategori audiens yang menjadi sasaran komunikasi. Selain itu mengembangkan pesan. Kriterianya adalah semua pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki isi khusus. Jelas, persuasif, dan merefleksikan nilai-nilai audiens, penampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat, atau menunjukan tindakan tertentu.

Langkah berikut dengan melakukan identifikasi pembawa pesan. Kriteria komunikator antara lain kredibilitas, kredibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, dan keterampilan yang berkaitan dengan isu tertentu. Mekanisme komunikasi/media. Kriterianya adalah memilih media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman dan pengiriman balik atau pertukaran informasi. Kriteria media adalah media yang dapat mudah diakses atau yang paling disukai audiens. Scan konteks dan persaingan, dalam hal ini kriterianya dengan menghitung resiko dan konteks yang akan mempengaruhi strategi komunikasi, misalnya menghitung peluang untuk memenangkan persaingan dengan merebut hati audiens.

Strategi komunikasi merupakan suatu hal penting dalam proses komunikasi, dimana strategi komuniksi dilakukan untuk mensukseskan sebuah komunikasi agar pesan atau informasi tersebut dapat tersampaikan sesuai dengan tujuannya. Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Strategi komunikasi memiliki beberapa fungsi dalam baik secara makro (*planned multimedia strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) diantaranyaL

1. Menyebarluskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilainilai budaya.

Menyusun strategi komunikasi KPU melalui website JDIH tidak terlepas dari pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi komunikasi juga diperhatikan komponen-komponen komunikasi serta faktor pendukung dan faktor penghambat setiap komponen tersebut. Dimulai secara berturut-turut dari komunikasi sebagai sasaran komunikasi, media, pesan dan komunikator. Mengenali sasaran komunikasi dalam hal ini tergantung pada tujuan komunikasi tersebut, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui saja (metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindaan tertentu (metode persuasife atau instruktif).

Faktor pengkajian referensi pesan yang disampaikan kepada komunikan harus sesuai dengan kerangka referensi (*frame of reference*). Kerangka referensi setiap orang akan berbeda dengan orang lain. Seseorang terbentuk dalam diri sebagai panduan dari pengalaman, pendidikan, norma hidup, status sosial, ideology dan sebagainya. Situasi komunikasi antar personal mudah untuk mengenal kerangka referensi komunikan karena ia hanya satu orang, maka komunikasi antar personal dapat dengan mudah ketika ingin menanyakan mengenai identitasnya.

Hal yang sulit ialah mengenal kerangka referensi komunikan dalam komunikasi kelompok. Mereka berasal dari latar belakang yang berbeda beda sehingga lebih sulit untuk mengenali kerangka referensi para komunikan dalam komunikasi massa, sebab sifatnya heterogen. Sifat heterogen menyebabkan pesan yang disampaikan kepada khalayak melalui media massa hanya bersifat informatif dan umum saja, yang dapat dimengerti oleh semua orang, dan mengenai hal yang menyangkut kepentingan semua orang.

Situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang akan disampaikan oleh komunikator. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya namun juga bisa datang secara tiba-tiba pada saat komunikasi dilaksanakan. Hambatan hambatan dalam komunikasi bisa terjadi kapan saja. Sehingga seorang komunikator harus mampu mengatasi ketika hambtan tersebut datang secara tiba-tiba maupun dapat diduga sebelumnya. Kondisi dalam hal ini adalah *state of*

personality komunikan, yaitu keadaan fisik dan phisis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Tidak efektif apabila komunikan menerima pesan dalam keadaan sedih, marah, sakit dan lain sebagainya. Sehingga dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, seorang komunikator harus menunggu hingga kondisi seorang komunikan berubah menjadi menyenangkan.

Pemilihan media komunikasi merupakan salah satu bentuk cara mencapai sasaran komunikasi. Cara yang dilakukan adalah dengan memilih salah satu atau beberapa media yang akan digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi tersebut. Pemilihan media tergantung dari tujuan-tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Media komunikasi yang sangat banyak tidak dapat ditegaskan secara pasti mana media yang paling baik dan yang paling tepat., karena sertiap media memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Misalnya, media cetak dan media visual dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi. Sedangkan media audial hanya dapat didengarkan, serta pesan melalui media audio-visual dapat ditangkap secara lengkap yaitu dapat dilihat dan didengarkan.

Pengkajian tujuan komunikasi, di mana setiap pesan komunikasi yang akan disampaikan selalu mempunyai tujuan tertentu. Seorang komunikator dapat menggunakan teknik supaya suatu pesan tersebut dapat tersampaikan sesuai dengan tujuannya. Beberapa teknik supaya

pesan tersebut dapat tersampaikan sesuai dengan tujuannya. Sementara peranan komunikator dalam komunikasi harus memiliki sikap empatik yaitu kemapuan seseorang untuk meproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Sikap empatik dengan kata lain yakni, dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain. Misalnya bersikap empati ketika berkomunikasi pada saat seorang komunikan sedang sibuk, marah, sedih, kecewa, dan sebagainya.

Effendy (2019) ada 2 faktor penting pada diri komunikator untuk melancarkan komunikan yaitu pertama, sumber daya tarik dalam hal ini seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu merubah sikap, opini dan perilaku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Komunikan bisa merasakan ada persamaan anatar komunikator dengan dirinya, sehingga komunikan taat pada isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Kedua, sumber kepercayaan, hal yang menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikan kepada komunikator. Kepercayan tersebut banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.

Strategi komunikasi yang diterapkan KPU melalui website JDIH agar masyarakat mendapatkan informasi terkait sosialisasi produk hukum penyelenggaraan pemilu 2024. Sosialisasi membantu individu belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana bertindak dan berpikir agar ia dapat berperan dan berfungsi, baik sebagai individu maupun kelompok. Melalui proses sosialisasi, individu akan terwarnai cara berpikir dalam kebiasaan-

kebiasaan hidupnya dengan proses sosialisasi, individu menjadi tahu bagaimana ia mesti bertingkah laku di tengah-tengah. masyarakat dan lingkungan budayanya. Jadi dalam hal ini sosialisasi merupakan salah satu proses belajar kebudayaan dari anggota masyarakat dalam hubungannya dengan sistem sosial.

Proses sosialisasi sebagai proses belajar, yaitu suatu proses akomodasi dengan mana individu menahan, mengubah implus dalam dirinya dan mengambil alih dari cara hidup atau kebudayaan masyarakatnya. Dalam proses sosialisasi itu individu mempelajari kebiasasaan, sikap, ide-ide, pola nilai dan tingkah laku dan ukuran kepatuhan tingkah laku di dalam masyarakat dimana ia hidup. Semua sikap dan kecakapan yang di pelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan sistem dalam diri pribadinya

Meskipun sosialisasi itu mungkin berbeda beda dalam berbagai lembaga, kelompok maupun masyarakat, namun sasaran sosialisasi itu sendiri banyak memiliki kesamaan Tujuan pokok antara lain individu harus diberi ilmu pengetahuan (keterampilan) yang dibutuhkan bagi kehidupan kelak di masyarakat. Individu harus mampu berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuannya. Pengendalian fungsi-fungsi organik yang dipelajari melalui latihanlatihan mawas diri yang tepat. Selain itu, bertingkah laku selaras dengan norma atau tata nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada lembaga atau kelompok yang khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Proses sosialisasi itu berarti tidak berhenti sampai kepada keluarga, tapi masih ada lembaga lainnya. Cohen menyatakan bahwa

lembaga sosialisasi yang terpenting adalah keluarga, sekolah, kelompok sebaya dan media massa. Dengan demikian sosialisasi dapat berlangsung secara formal dan informal. Secara formal, proses sosialisasi lebih teratur karena di dalamnya disajikan seperangkat ilmu pengetahuan secara teratur dan sistematis serta dilengkapi oleh seperangkat norma tegas dan harus dipatuhi oleh setiap individu. Sedangan secara informal, proses sosialisasi bisa terjadi melalui interaksi pergaulan informal. Sosialisasi itu bersifat tidak sengaja, terjadinya ini bila seseorang individu mempelajari pola-pola keterampilan, norma atau prilaku melalui pengamatan informal terhadap interaksi oranglain.

KPU Kota Makassar melakukan sosialisasi mekanisme pengelolaan JDIH yang menjadi sarana informasi khusus produk hukum yang dimiliki KPU, KPU Provinsi dan Kabupaten dalam bentuk digitalisasi berbasis website. KPU mempunyai peran penting sebagai media informasi dilingkungan KPU. Selain itu JDIH juga sangat membantu mendukung program kerja KPU khususnya dalam rangka melaksanakan pelayanan informasi produk hukum secara lengkap, akurat, mudah, dan cepat.

JDIH ini memberikan informasi yang bertujuan transparansi informasi produk hukum baik dari Undang-undang kepemiluan, pemilihan, peraturan pemerintah, Peraturan KPU dan produk hukum lainnya yang ada kaitannya dengan pemilu dan pemilihan. Sosialisasi sarana informasi KPU khusus dalam pengelolaan dokumen produk hukum melalui aplikasi

JDIH. JDIH dapat menjamin ketersediaan dokumentasi dan informasi kepada publik sebagai salah satu wujud tata pemerintahan yang baik, trasnparan, efektif, efisien dan bertanggung jawab.

Sesuai dengan keputusan KPU Nomor 533/HK.04-KPT/03/KPU/XI/2020 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Dokumentasi dan Informasi Produk Hukum di lingkungan Komisi Pemilihan Umum, KPU/KIP Provinsi, dan KPU/KIP Kabupaten/Kota, maka pihak KPU kami melakukan sosialisasi JDIH KPU serta memperkenalkan media sosial yang dikelola operator JDIH KPU. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 33 Tahun 2012 tentang Jaringan Dokmentasi dan Informasi Hukum Nasional, pemerintah, instansi pemerintah, dan institusi lainnya perlu membangun kerjasama dalam suatu jaringan dokumentasi dan informasi hukum nasional yang terpadu dan terintegritas.

Standar teknis pengelolaan Dokomentasi dan informasi hukum berbasis website merupakan sarana pembuatan, pengembangan, dan pengelolaan standar aplikasi JDIH ini adalah bersifat dinamis. Jadi pengelolaan dokumentasi dan informasi hukum adalah kegiatan pengumpulan, pengelolaan, penyimpanan, pelestarian dan pendayagunaan informasi dokumen hukum. Untuk itu dihimbau kepada seluruh stakeholder baik pemerintah, peserta pemilu dan pemilihan dan masyarakat agar dapat memanfaatkan www.jdih.kpu.go.id/ sarana informasi dengan semangat keterbukaan.

JDIH Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia telah terintegrasi dengan Sistem Jaringan Dokumentasi dan Informas Hukum Nasional

(JDIHN) Badan Pembinaan Hukum Nasional, Kementerian Hukum dan HAM yang diaprsiai dalam piagam penghargaan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusi Republik Indonesia. Dengan adanya integrasi tersebut dapat menambah semangat dan motivasi bagi KPU dalam upaya peningkatan aktikvitas kerja khususnya dalam pengelolaan JDIH dalam tahapan pemilu serentak tahun 2024 ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan di atas, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi KPU telah diterapkan sebagai sumber informasi dan sosialisasi produk hukum melalui website JDIH pada Pemilu tahun 2024 sesuai dengan pembentukan tim dalam mempublikasikan regulasi terkait dengan Pemilu, membuat materi sosialisasi, membuat konten hukum untuk menambah pengetahuan masyarakat tetang pemilihan umum, mempublikasikan di media sosial sebagai bentuk komunikasi untuk kelompok sasaran dan mempermudah akses saluran media sosial bagi masyarakat yang membutuhkan informasi pemilu.
2. Sasaran komunikasi dan pemilihan media komunikasi menjadi faktor-faktor yang mendukung strategi komunikasi KPU melalui website JDIH pada Pemilu tahun 2024. Ini berarti keberadaan website menjadi wadah komunikasi antara pemerintah dan masyarakat untuk bisa mendapat informasi terkait pemilihan umum. Sementara pengkajian tujuan pesan komunikasi dan peranan komunikator menjadi faktor penentu atas penerapan strategi komunikasi KPU. Faktor penentu dalam hal ini bila dilaksanakan sesuai prosedur, maka akan mendukung strategi komunikasi yang efektif melalui website JDIH,

dimana publik mudah mengakses informasi terkait pemilu. Jika tidak maka akan menjadi faktor yang menghambat penerapan strategi komunikasi KPU melalui website JDIH.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka disarankan:

1. Untuk KPU Kota Makassar untuk terus meningkatkan strategi komunikasi agar bisa menjadi sumber informasi bagi masyarakat pemilih, dan pihak KPU melalui website JDIH KPU terus melakukan sosialisasi produk hukumnya sesuai dengan prosedur yang berlaku.
2. Terus melakukan koordinasi dengan tim JDIH dan pihak JDIH harus bisa berkoordinasi dengan tim teknis JDIH untuk bisa terus mengupdate dan mempublikasikan informasi terkait pemlihan umum serentak di website JDIH pada Pemilu tahun 2024.
3. Untuk peneliti lanjutnya, bisa menjadi bahan pembanding dalam meneliti tentang strategi komunikasi KPU dari aspek yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Adrian Fairuzi, 2020. Analisis Strategi Komunikasi Publik dalam Membangun dan Mempertahankan Pola Hubungan Masyarakat. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Humaniora EPIGRAM Vol. 17 No. 1.

Beebe, Lestines, 2019. Organization in Application Strategy of Communication. Prentice Hall, Ohio Press.

Blake, Reed H., and Haroldsen, Edwin O, 2017. Taksonomi Konsep Komunikasi. Cetakan Ke-5. Terj. Hasan Bahanan. Surabaya: Papyrus.

Cangara, Hafied. 2016. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Cangara, Hafied 2017, Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta PT. RajaGrafindo

Chandler Jr, 2018. Strategy Communication: Theory and Conceptual Critic. John Wiley and Sons, New York.

Damsar. 2018. Pengantar Sosiologi Politik: Taktik dan Strategi. Penerbit Kencana, Jakarta.

Desak Putu Adistyananingsih, 2019. Strategi Komunikasi KPU untuk Meningkatkan Partisipasi Politik dalam Pemilu Kabupaten Gianyar. SINTESA: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 10 No. 2.

DeVito, Joseph A., 2017, Komunikasi Antar Manusia (edisi kelima), Profesional Books, Jakarta

Effendy, Onong Uchjana. 2018. Dinamika Komunikasi. Edisi Revisi. Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Effendy, Onong Uchjana. 2019.Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Edisi Revisi. Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Fachruddin, Andi, 2021. Journalisme Today. Penerbit Kencana, Jakarta.

Fahriani & Aryanto, Adi, 2019. Publikasi Informasi dan Komunikasi, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Feliza Zubair, 2018. Strategi Komunikasi Publik dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa terhadap Penerapan PTNBH. Jurnal Komunikasi Profetik Vol. 11 No. 2.

Fog, Agner, 2018. The Supposed and Real Role of New Media. McGrawhill New York.

Grant, Berlo, SA, S.J. 2019. Interpersonal Communication, Relating to Others, Allyn and Bacon. Boston.

Handoko, T. Hani, 2018. Manajemen. Penerbit BPFE, Jogyakarta

Harivarman, Daryanto. 2018. Teori Komunikasi, Gunung Samudera.

Jihan Nafila Putri, 2022. Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Bima pada Pemilu 2020. Tesis Ilmu Komunikasi UIN Mataram. http://etheses.uinmataram.ac.id/4120/1/Jihan%20Nafilah%20Futri%20180301154-.pdf.

Jones, Kenneth. K, 2018. Trans-Per Understanding Human Communication, Houghton Mifflin Company. Boston.

Lesmana, Mulyana, D, 2016, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Edisi ke 6, Rosdakarya, Bandung.

Maria Delsiana Bouk, 2021. Strategi KPU Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilada di Kabupaten Malaka. Jurnal Poros Politik ISSN: 2528-0953.

Miles dan Huberman, 2017. Teknik Analisis data Kualitatif. Penerbit Mandar Maju, Jakarta.

Moleong, Lexy J. 2017. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2018. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Rosda.

Nadia Zuhra Karla Lubis, 2022. Political Communication Strategy of the PDI Perjuangan Party. Jurnal KOmunikasi dan Bisnis Vol. 10 No. 1, P-ISSN 2355-5181 | E-ISSN 2723-2956, DOI : 10.46806/jkb.v10i1.822.

Naisbitt, Marethen, Jr., 2018. Communication in Definition of Concept. Published by John Wiley and Sons, New York.

Paisal Akbar, 2022. Communication Networks and Socialization Content for the 2020 Regional Head Election by the General Election Commission in Indonesia on Twitter. Jurnal Netralitas ASS Vol. 1 No. 1. DOI: https://doi.org/10.55108/jnp.v1i1.176.

Pawito, dan C Sardjono, 2019. Teori-Teori Strategi Komunikasi. Buku Pegangan Kuliah Fisipol Komunikasi Massa S1 Semester IV. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Qorina Lois Fadillah, 2022. Strategi Komunikasi KPU Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula pada Pilada 2022. Jurnal Ilmu Komunikasi. http://1855-Article%20Text-6125-1-10-20220904%20(1).pdf.

Quinn, 2019. Communication Organization in Government. Published by John Wiley and Sons, New York.

Riswandi. 2019. Ilmu Komunikasi. Penerbit Graha Ilmu, Jakarta.

Romli, Asem Syamsul M, 2018. Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online. Penerbit Nuansa Cendekia, Bandung.

Ruly Sari Soleha, 2022. The General Election Commission Strategy through Election Education in Increasing the Political Participation of Begineers Voters Based on Democracy Principles. International Journal of Law, Environment and Natural Resource Vol. 2 No. 2. DOI: https://doi.org/10.51749/injurlens.v2i2.32.

Ruslan, Rosady. 2018. Praktek dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra. Jakarta :Grafindo Persada.

Schramm, John, 2018, Theories of Human Communication, Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.

Sendjaja, Sasa Djuarsa, 2019. Pengantar Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka.

Siti Zaenab, 2019. Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Bangkalan. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 9 No. 1.

Sugiyono. 2017. Memahami Penelitan Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Suherman, Ansar, 2020. Teori-teori Komunikasi. Penerbit Deepublish Indonesia.

Suprapto, Tommy, 2016. Pengantar Teori Komunikasi. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: Media Pressindo.

Vardiansyah, Dani, 2017. Pengantar Ilmu Komunikasi. Cetakan Ke-1. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wayne, Pace, R. dan Peterson, Faules, Don F. 2018. “Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan”, terjemahan Deddy Mulyana. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Yumi, Wiryanto, 2018, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta:PT RajaGrafindo Persada.

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM SEBAGAI SUMBER INFORMASI DAN SOSIALISASI PRODUK HUKUM MELALUI WEBSITE JDIH PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024

Peneliti:

YULIANTI
2130131029

DATA INFORMAN:

Nama : .....
Jabatan : .....
Tanggal Wawancara : .....

PERTANYAAN:

Strategi Komunikasi

1. Bagaimana penerapan strategi komunikasi KPU selama ini?

   _____
   _____
   _____

2. Bagaimana strategi komunikasi melalui website JDIH KPU berdasarkan pembentukan tim dalam menangani publikasi informasi terkait KPU dan Pemilu tahun 2024?

   _____
   _____
   _____

3. Bagaimana strategi komunikasi berdasarkan materi sosialisasi sebagai sumber informasi bagi pemilih dan sosialisasi melalui website JDIH KPU?

   _____
   _____
   _____

4. Bagaimana strategi komunikasi berdasarkan pembuatan konten hukum sebagai sumber informasi bagi pemilih dan sosialisasi melalui website JDIH KPU?

   _____
   _____
   _____

5. Bagaimana strategi komunikasi berdasarkan kelompok sasaran atas sumber informasi yang diterimanya dan sosialisasi melalui website JDIH KPU?

   _____
   _____
   _____

6. Bagaimana strategi komunikasi berdasarkan saluran media sosial sebagai sumber informasi bagi pemilih dan sosialisasi melalui website JDIH KPU?

   _____
   _____
   _____

Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi JDIH KPU

1. Bagaimana faktor sasaran komunikasi dalam menentukan penerapan strategi komuniaksi melalui website JDIH KPU?

   _____
   _____
   _____

2. Bagaimana faktor pemilihan media komunikasi dalam menentukan penerapan strategi komuniaksi melalui website JDIH KPU?

_____
_____
_____

3. Bagaimana faktor tujuan pesan komunikasi dalam menentukan penerapan strategi komuniaksi melalui website JDIH KPU?

_____
_____
_____

4. Bagaimana faktor peran komunikator dalam menentukan penerapan strategi komuniaksi melalui website JDIH KPU?

_____
_____
_____

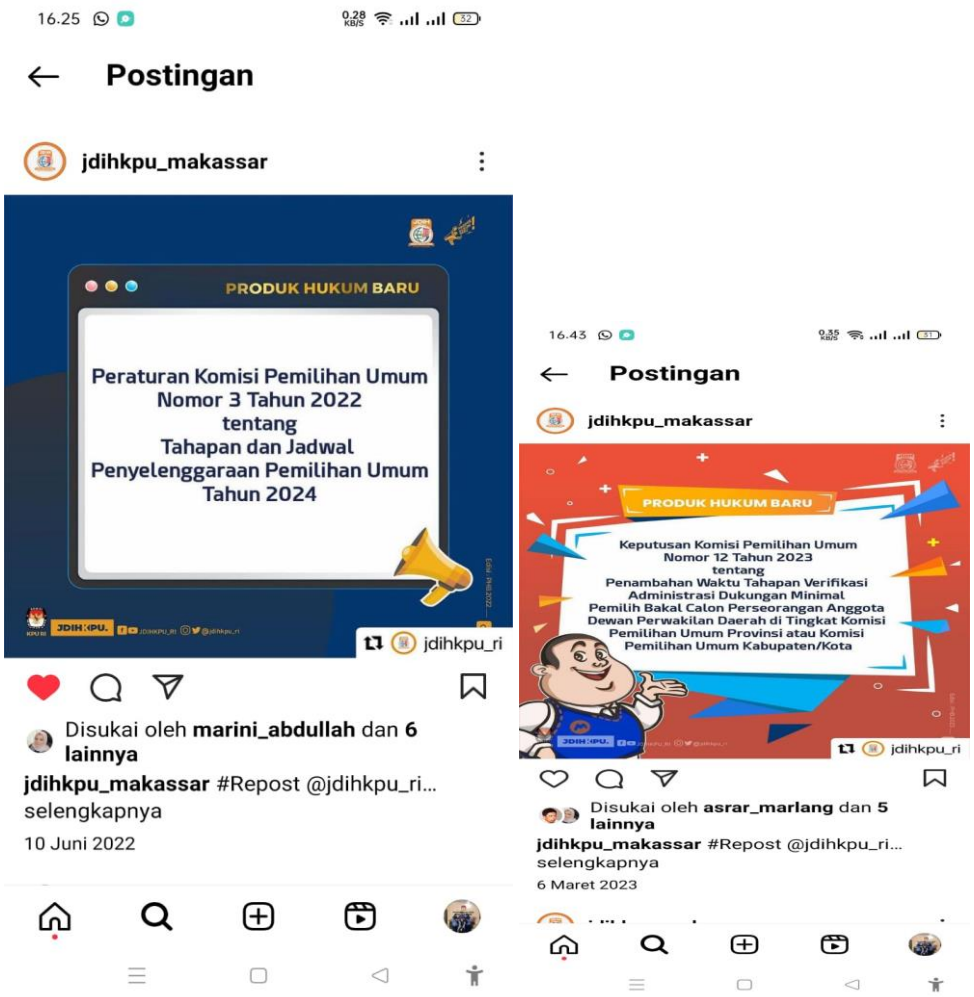
DOKUMENTASI

Ruang Kerja JDIH KPU Sub Bagian Hukum

Ruang Koleksi Arsip Keputusan

Kegiatan Bimtek Website JDIH KPU

Tim Teknis Website JDIH KPU



Tampilan Konten Produk Hukum KPU Kota Makassar di Intagram jdihkpu_makassar

Tampilan JDIH

SALINAN

KOMISI PEMILIHAN UMUM
KOTA MAKASSAR

KEPUTUSAN KOMISI PEMILIHAN UMUM
KOTA MAKASSAR
NOMOR 439 TAHUN 2023
TENTANG

PENETAPAN PEMASANGAN ALAT PERAGA KAMPANYE

DAN LOKASI RAPAT UMUM KAMPANYE

PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024

KETUA KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA MAKASSAR,

Menimbang : a. bahwa untuk melaksanakan ketentuan pasal 26 ayat (1) Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum;

b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar tentang Penetapan Pemasangan Alat Peraga Kampanye dan Lokasi Rapat Umum Kampanye Pemilihan Umum Tahun 2024.

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 182, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6109) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 ...

- 2 -

Tahun 2022 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 54, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6863);

2. Undang-Undang Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 8 Tahun 2019 tentang Tata Kerja Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Provinsi, dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 320) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 12 Tahun 2023 tentang Perubahan Kelima atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 8 Tahun 2019 tentang Tata Kerja Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Provinsi, dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 377);
2. Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 3 Tahun 2022 tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 574);
3. Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 548) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 20 Tahun 2023 Tentang Perubahan Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15

Tahun 2023 ...

- 3 -

Tahun 2023 Tentang Kampanye Pemilihan Umum (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 816).

4. Keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1621 Tentang Pedoman Teknis Pelaksanaan Kampanye Pemilihan Umum.

Memperhatikan : 1. Surat Walikota Makassar perihal Penyampaian pada tanggal 22 November Tahun 2023.

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : KEPUTUSAN KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA MAKASSAR TENTANG PENETAPAN PEMASANGAN ALAT PERAGA KAMPANYE DAN LOKASI RAPAT UMUM KAMPANYE PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024.

KESATU : Menetapkan Pemasangan Alat Peraga Kampanye dan Lokasi Rapat Umum Kampanye Pemilihan Umum Tahun 2024 sebagaimana tercantum dalam Lampiran Keputusan yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan ini.

KEDUA : Penetapan Pemasangan Alat Peraga Kampanye dan Lokasi Rapat Umum Kampanye Pemilihan Umum Tahun 2024 dilaksanakan dengan mempertimbangkan etika, estetika, ketersihan dan keindahan Kota Makassar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

KETIGA ...

- 4 -

KETIGA : Segala biaya yang timbul dalam pelaksanaan kegiatan ini dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) Komisi Pemilihan Umum Kota Makassar Tahun Anggaran 2023.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Makassar
pada tanggal 25 November 2023

KETUA KOMISI PEMILIHAN UMUM
KOTA MAKASSAR,

ttd.

M.FARIDL WAJDI

Salinan sesuai dengan aslinya
SEKRETARIAT KOMISI PEMILIHAN UMUM
KOTA MAKASSAR
Kepala Sub Bagian Hukum & Sumber Daya Manusia,

Rachmat Hakim

LAMPIRAN
KEPUTUSAN KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA MAKASSAR
NOMOR 439 TAHUN 2023
TENTANG
PENETAPAN PEMASANGAN ALAT PERAGA KAMPANYE DAN LOKASI RAPAT UMUM KAMPANYE PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024

a. Nama Jalan yang dilarang sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Wali Kota Makassar Nomor 28 Tahun 2023 tentang Tempat Pemasangan Reklame Insidentil dalam Wilayah Daerah sebagai berikut :
1. Jalan Jenderal Sudirman;
2. Jalan Jenderal Ahmad Yani;
3. Jalan Penghibur;
4. Jalan Haji Bau;
5. Jalan Somba Opu;
6. Jalan Pasar Ikan;
7. Jalan Ujung Pandang;
8. Jalan Balaikota;
9. Jalan Gunung Bawakaraeng;
10. Jalan Dr. Sam Ratulangi;
11. Jalan Urip Sumoharjo dan
12. Jalan Andi Pangeran Pettarani.

b. Lokasi yang menjadi Aset Pemerintah Kota yang dapat dipergunakan menjadi tempat Rapat Umum Kampanye Pemilu Tahun 2024 sebagai berikut;
1. Lapangan Karebosi
2. Lapangan Hertasning (Ennny Saelan)
3. Lapangan BTP

Ditetapkan di Makassar
pada tanggal 25 November 2023

KETUA KOMISI PEMILIHAN UMUM
KOTA MAKASSAR,

ttd.

M.FARIDL WAJDI

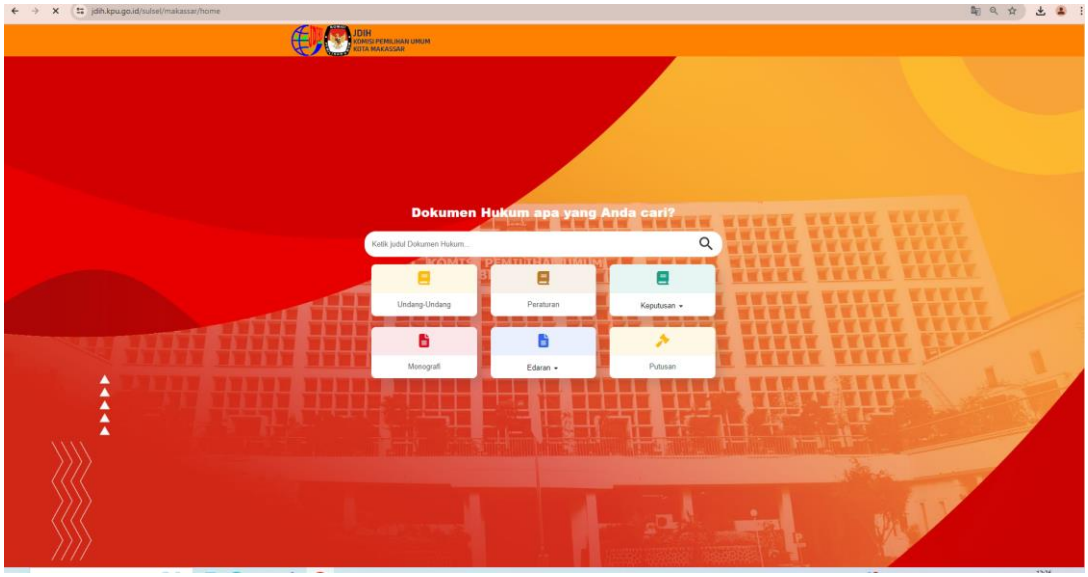
Salinan sesuai dengan aslinya
SEKRETARIAT KOMISI PEMILIHAN UMUM
KOTA MAKASSAR
Kepala Sub Bagian Hukum & Sumber Daya Manusia,

Rachmat Hakim

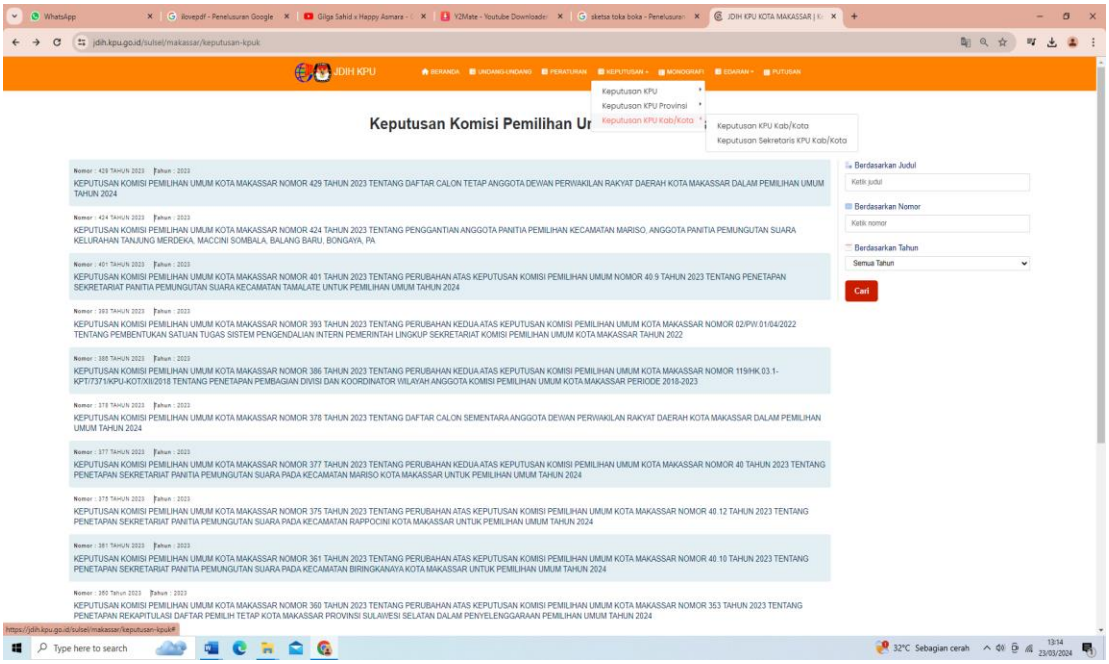
Salah satu produk Hukum yang diterbitkan KPU Kota Makassar

Prestasi JDIH KPU Kota Makassar Tahun 2021

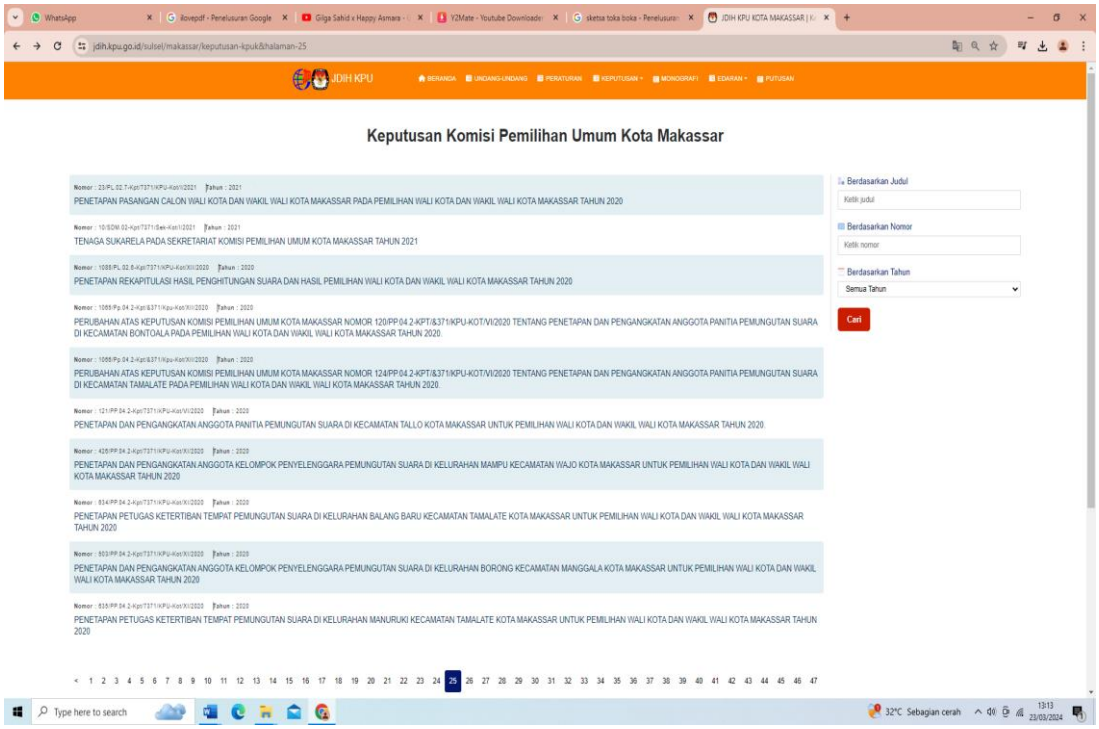
Prestasi JDIH KPU Kota Makassar Tahun 2023



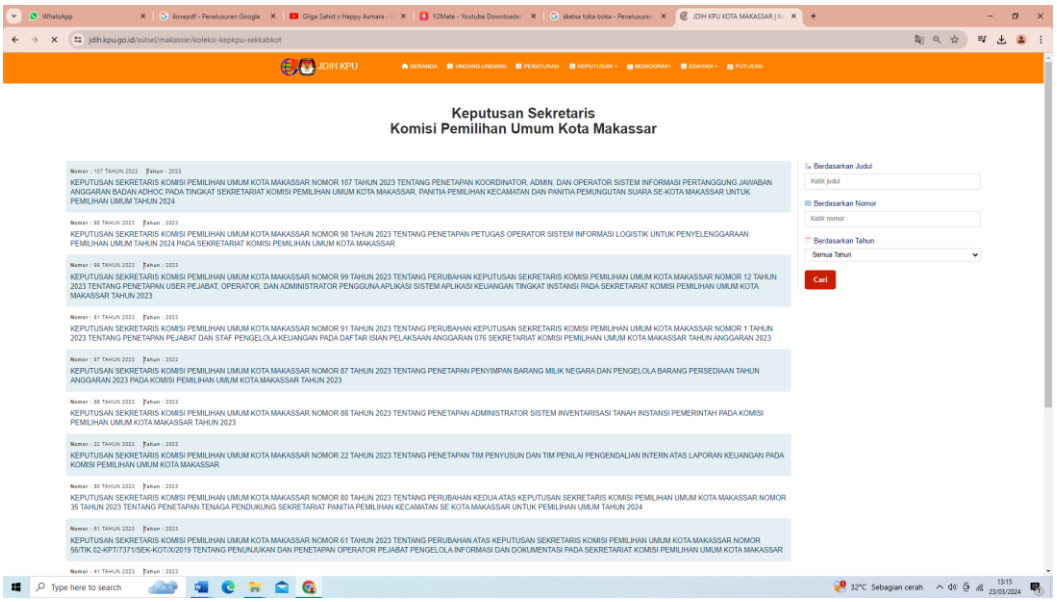
Tampak Menu Depan JDIH KPU Kota Makassar



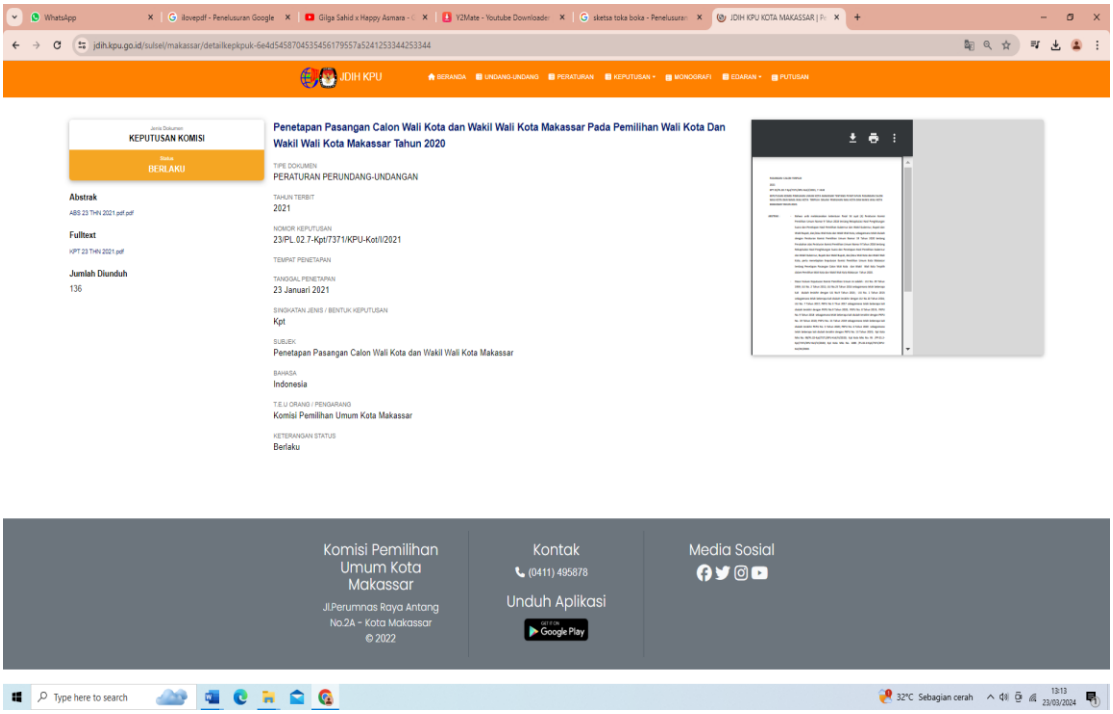
Tampilan Menu SK Ketua dan Sekretaris dalam menu JDIH KPU Kota Makassar



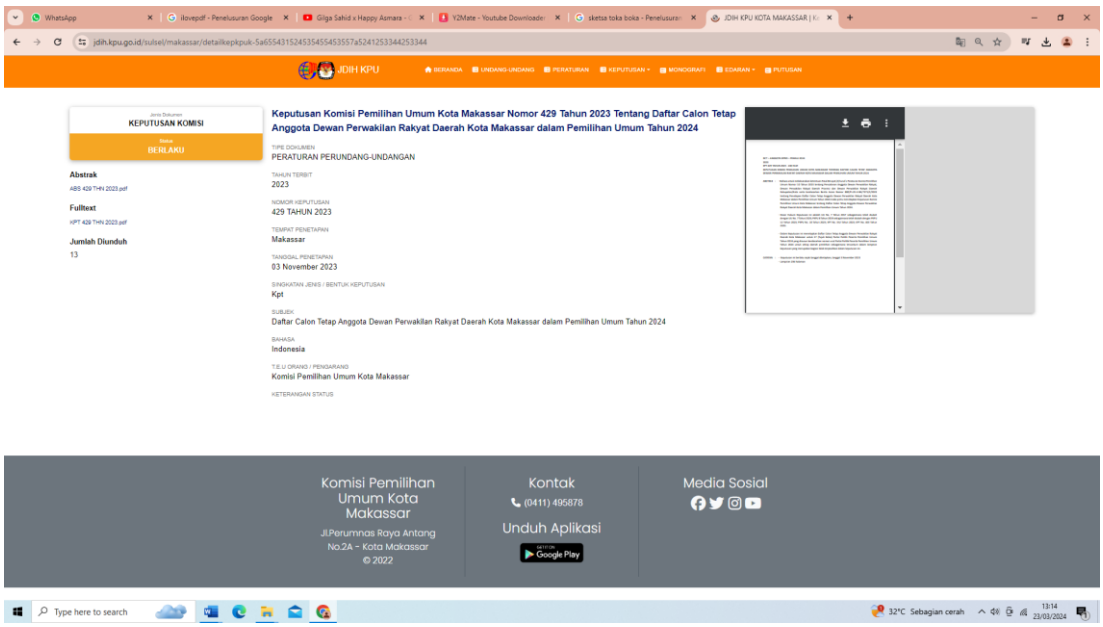
Tampilan Menu SK Ketua dalam JDIH KPU Kota Makassar



Tampilan Menu SK Sekretaris dalam JDIH KPU Kota Makassar



Tampilan jumlah SK Ketua yang sudah di unduh oleh masyarakat umum pada weab JDIH KPU Kota Makassar



Tampilan jumlah SK Sekretaris yang sudah di unduh oleh masyarakat umum pada weab JDIH KPU Kota Makassar