

STRATEGI KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA BEKASI DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH PADA PEMILU SERENTAK TAHUN 2019

MUHAMMAD CHOIRULLAH PULUNGAN, MUDIYATI RAHMATUNNISA,
ARI GANJAR HERDIANSAH

Departemen Ilmu Politik FISIP Universitas Padjadjaran

ari.ganjar@gmail.com, muhammad.choi.p@gmail.com, mudiyati@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk menganalisis serta mendeskripsikan strategi Komisi Pemilihan Umum Kota Bekasi dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu serentak tahun 2019. Teori yang digunakan adalah Teori strategi politik yang digunakan Schroder (2010) dalam konteks penyelenggara pemilu, adalah bagaimana langkah agar partisipasi pemilih meningkat. teori Strategi yang digunakan dalam penelitian ini terkait strategi KPU Kota Bekasi dalam meningkatkan partisipasi pemilih adalah strategi ofensif dengan varian strategi perluasan pasar dan menembus pasar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan sejumlah informan, sedangkan data sekunder diperoleh dari kajian literatur dan dokumen terkait. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri. Informan penelitian terdiri dari penyelenggara Pemilu yaitu KPU Kota Bekasi dan Masyarakat Kota Bekasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa KPU Kota Bekasi melakukan sosialisasi secara masif, merata dan menyasar beragam elemen masyarakat. Strategi ofensif yang dilakukan KPU Kota Bekasi dalam hal sosialisasi terbagi dua yaitu memperluas pasar dan menembus pasar. Strategi perluasan pasar dilakukan KPU Kota Bekasi melalui program relawan demokrasi dengan sasaran target 11 basis pemilih dalam rangka optimalisasi sosialisasi. Di tingkat penyelenggara di bawah yaitu Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) dan Panitia Pemungutan Suara (PPS) juga terdapat divisi sosialisasi dan partisipasi masyarakat. Selain itu peranan teknologi seperti media sosial juga memiliki peranan terhadap optimalisasi sosialisasi oleh KPU Kota Bekasi. Strategi yang dilakukan KPU Kota Bekasi untuk optimalisasi pemilih dilakukan dengan pemerataan sosialisasi. Terutama di wilayah dimana partisipasinya telah menunjukkan kecenderungan meningkat. Selain itu KPU Kota Bekasi menyasar wilayah perbatasan dimana pada sebagian wilayah tersebut dilakukan optimalisasi sosialisasi sebab tren pada pemilu terdahulu menunjukkan kecendrungan partisipasi rendah.

Kata Kunci : *Partisipasi Pemilih, Sosialisasi, Pemilu 2019, Kota Bekasi*



A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara demokrasi yang menggunakan Pemilu sebagai sarana siklus pergantian pemimpinnya. Terselenggaranya Pemilihan Umum di Negara Indonesia merupakan bukti nyata eksistensi demokrasi dalam sistem pemerintahan Indonesia. Tujuan dari dilaksanakannya Pemilihan Umum itu sendiri adalah agar dapat memilih anggota-anggota legislatif yang kelak akan membangun Indonesia baik secara fisik maupun non-fisik melalui produk produk hukum seperti kebijakan (*policy*).

Pasca reformasi, pada tahun 2004 masyarakat Indonesia dapat memilih partai politik beserta kandidatnya sebagai Anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota serta Presiden dan Wakil Presiden secara langsung. Selain itu, dengan terbitnya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 diaturlah Penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada) secara langsung. Penyelenggaraan Pemilu diselenggarakan oleh suatu komisi pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri (UUD 1945). Secara teknis penyelenggaraan pemilihan umum dilakukan oleh komisi pemilihan umum sebagai lembaga penyelenggara pemilihan umum yang dibentuk pemerintah. Komisi Pemilihan Umum (KPU) berdiri secara hierarki, yaitu KPU sebagai lembaga penyelenggara tingkat nasional, KPU/KIP Provinsi penyelenggara tingkat provinsi serta KPU/KIP Kabupaten/Kota penyelenggara di tingkat Kabupaten/Kota.

Pemilu tahun 2019 merupakan pemilu serentak pertama di mana untuk pertama kalinya masyarakat Indonesia diberikan kesempatan untuk memilih wakil rakyat dan presiden sekaligus. Sejumlah pihak menyatakan bahwa problematika pemilu serentak di Indonesia tahun 2019 sebagai



pemilu serentak terkompleks dan tersulit di dunia karena disatukannya pemilihan anggota legislatif baik DPR/D dan DPD dan pemilihan presiden dan wakil presiden. permasalahan teknis yaitu: 5 kotak yang harus diisi, kerumitan mencoblos, kelemahan penyelenggara, terbatasnya sosialisasi kepada masyarakat, kompleksnya surat suara, permasalahan DPT, permasalahan administratif, politik uang, hoaks, peluang pelanggaran dan kecurangan dalam pemilu. Juga, tidak kalah dramatis adalah banyaknya penyelenggara pemilu yang meninggal dunia dalam proses pemilu tahun 2019 ini yang diduga akibat kelelahan. KPU merilis jumlah terakhir korban meninggal petugas pemilu baik KPPS maupun Panwas mencapai 554 orang (sumber: KPU).

Terlepas dari beragam masalah yang muncul pada Pemilu 2019, namun harus diakui bahwa KPU telah berhasil meningkatkan partisipasi pemilih secara signifikan pada Pemilu 2019. Partisipasi pemilih sendiri dalam pemilu merupakan hal yang menjadi perhatian serius oleh penyelenggara maupun pemerintah. Sebab, salah satu indikator keberhasilan pemilu ialah tingginya partisipasi pemilih yang menandakan bahwa penyelenggaraan pemilu mendapat kepercayaan dari masyarakat. Akibatnya, secara politis, partisipasi juga berdampak terhadap kuatnya legitimasi pemerintahan yang dihasilkan.¹

Jika dibandingkan 2014, terjadi peningkatan angka partisipasi hampir 10 persen pada Pemilu 2019 Secara nasional, angka partisipasi pemilih pada Pemilu 2019 mencapai 81 persen. meningkat dari Pilpres 2014 yang 70 persen, pileg 2014 yang 75 persen. Angka ini jauh melampaui target KPU secara nasional yaitu 77,5 persen.

¹ Ramadhanil Fadli, dkk., *Desain Partisipasi Masyarakat Dalam Pemantauan Pemilu, Kemitraan Partnership*, Jakarta, 2004.



Begitu juga disalah satu KPU di level daerah, seperti Kota Bekasi yang merupakan bagian dari Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan data yang diperoleh dari KPU Kota Bekasi, pada Pemilu 2019 sebanyak 1.682.120 orang tercatat dalam Daftar Pemilih Tetap. Dengan rincian 836.862 pemilih laki laki dan 845.258 pemilih perempuan. Pada Pemilu Serentak 2019 di Kota Bekasi mengalami kenaikan partisipasi pemilih sebesar 82 % untuk Pemilu Legislatif dan 83 % untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden. Partisipasi warga Kota Bekasi ini mengalami lonjakan signifikan sebesar rata rata 10 % dari pemilihan umum kepala daerah Kota Bekasi 2018 lalu yang hanya 73 %. Angka ini juga jauh meningkat dibanding Pemilu 2014 lalu yang hanya sekitar 62 % untuk Pileg dan 66 % untuk Pilpres. Dengan demikian apabila dibandingkan pada Pemilu 2014 maka KPU Kota Bekasi telah terjadi peningkatan partisipasi pemilih sebesar 20 % untuk Pileg dan 17 % untuk Pilpres. Berikut Perbandingan partisipasi Pemilu 2014 dan Pemilu 2019 di Kota Bekasi.

Tabel.1.1
Perbandingan Partisipasi Pemilih Pemilu Tahun 2014 dan
Pemilu Tahun 2019 Kota Bekasi

No	Pemilih	Pemilu Legislatif 2014	Pemilu Presiden & Wakil Presiden 2014	Pemilu Legislatif 2019	Pemilu Presiden & Wakil Presiden 2019
1.	Pengguna Hak Pilih	1.105.109	1.237.761	1.381.251	1.388.703
2.	Partisipasi Pemilih	62 %	66 %	82 %	83 %



Apabila melihat hasil partisipasi pemilih pada pemilu serentak 2019 tentu ada peningkatan cukup signifikan jika dibandingkan dengan dua kali pemilu sebelumnya, namun demikian hal ini perlu dilihat secara cermat. Apakah tingginya partisipasi diakibatkan oleh efektivitas sosialisasi pemilu dan pendidikan pemilih yang dilakukan oleh KPU dan peserta pemilu? Oleh karena itu, pembahasan dalam tesis ini difokuskan pada pertanyaan: Mengapa partisipasi pemilih dalam pemilu serentak 2019 tinggi, Khususnya di KPU Kota Bekasi ? lantas bagaimana strategi sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Bekasi dalam meningkatkan partisipasi Pemilih pada Pemilu 2019?

Penelitian ini menelusuri lebih dalam terkait strategi sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kota Bekasi dalam meningkatkan partisipasi Pemilih pada Pemilu 2019 yaitu pada pemilihan yang kondisinya belum pernah dilakukan dalam sejarah ketatanegaraan Indonesia sebelumnya.

B. STRATEGI KPU KOTA BEKASI DALAM PEMILU 2019

Dalam konteks pemilu, strategi politik digunakan sebagai cara untuk memenangkan kontestasi dalam pemilu. Pandangan demikian tidak jauh berbeda dengan Prihatmoko & Moessafa yang juga menilai strategi merupakan segala rencana dan tindakan yang dilaksanakan untuk memperoleh kemenangan dalam konteks pemilu.² Agar kandidat dapat meraih kemenangan dalam pemilu, sedapat mungkin ia harus mampu membuat pemilih pemilih berpihak dan memberikan suara kepadanya. Disinilah kemudian strategi digunakan untuk menganalisa kekuatan dan

² Prihatmoko Joko dan Moesafa. *Menang Pemilu di Tengah Oligarki Partai*. (Jogyakarta : Penerbit Pustaka Belajar, 2008) Hlm. 158



potensi suara yang akan diperoleh serta mengetahui metode pendekatan yang paling efektif dan efisien terhadap pemilih.

Strategi adalah serangkaian tahapan yang harus ditempuh guna menuju target yang telah ditetapkan . Strategi yang baik tentunya dapat memberikan gambaran secara komprehensif terkait langkah utama maupun pola keputusan yang harus diambil dalam rangka mewujudkan tujuan.

Strategi itu sendiri selalu memiliki tujuan utama yaitu “kemenangan”. Dalam konteks pemilu fokus strategi adalah kemenangan pemilu bagi kandidat , sedangkan bagi penyelenggara adalah bagaimana agar partisipasi pemilih meningkat, Schroder sendiri membagi strategi politik menjadi dua, yaitu strategi ofensif dan strategi defensif. Berikut penjelasan strategi politik menurut Schoreder tersebut :

Pertama, Strategi ofensif. Dalam konteks pemilu strategi ofensif ini dibagi menjadi dua, yaitu strategi perluasan pasar dan strategi menembus pasar. Strategi perluasan pasar secara ofensif dalam sebuah pemilu bertujuan untuk membentuk ceruk basis kelompok pemilih baru di samping basis tetap yang telah sebelumnya ada. Strategi ini disiapkan melalui kampanye yang pada intinya menawarkan kepada publik tentang keunggulan program atau partai kandidat dibanding kandidat pesaing. Fokus utama dari kampanye adalah kebaruan dan perbedaan. artinya program yang ditawarkan dalam meraih simpati pemilih tidak hanya baru atau original, melainkan juga menunjukkan perbedaan secara jelas dengan kandidat rivalnya. Dalam konteks penyelenggara, maka penyelenggara harus mampu meyakinkan pemilih agar mau menggunakan hak pilihnya dikarenakan pemilu mampu membuat perbedaan dibandingkan tidak menggunakan hak pilih dalam pemilu.



Akan halnya strategi menembus pasar adalah sebuah strategi yang eksplorasi potensi kandidat yang telah ada agar mampu teroptimalisasikan secara maksimal. Dalam konteks penyelenggara pemilu, penyelenggara dapat melakukan eksplorasi target pemilih dimana keberhasilan telah diperoleh sebelumnya. Bila di sebuah wilayah penggunaan hak pilih tinggi mencapai 50 persen misalnya. Maka perlu dilakukan strategi agar raihan suara di wilayah tersebut melebihi hasil yang dicapai dalam pemilu sebelumnya.

Kedua, Strategi defensif. Strategi defensif kerap diterapkan jika partai maupun koalisi pemerintahan ingin mempertahankan mayoritas pemilihnya. Dalam hal strategi defensif terbagi dua yaitu mempertahankan pasar dan melepas pasar. Dalam Strategi mempertahankan pasar Partai pendukung pemerintahan berupaya menjaga pemilih tetap mereka sekaligus memperkuat keyakinan pemilih musiman yang dalam pemilu terdahulu memilih mereka. Berbeda dengan partai yang menerapkan strategi ofensif. Bila partai-partai lain berusaha menonjolkan perbedaan untuk dapat memberikan tawaran atau janji yang lebih menarik kepada pemilih. Namun sebaliknya partai-partai yang menerapkan strategi defensif justru berupaya agar perbedaan tersebut dikabutkan sehingga tidak dapat dikenali oleh pemilih. yang ada tidak dikenali.

Kemudian Strategi melepas pasar dapat memiliki dua arti. Pertama, sebuah partai ingin menyerah dan dalam keadaan tertentu ingin melebur (merger) dengan partai lain. Kedua, dalam pemilu yang menggunakan sistem putaran kedua yang diikuti kandidat dengan suara terbanyak dalam pemilu tahap pertama, penyerahan pasar sementara waktu kepada pihak ketiga adalah sebuah langkah yang umum terjadi.



Untuk itu strategi yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini terkait strategi KPU Kota Bekasi dalam meningkatkan partisipasi pemilih adalah strategi ofensif dengan varian strategi perluasan pasar dan menembus pasar. Sosialisasi politik merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sistem politik atau pemilu pada seseorang, dan bagaimana seseorang tersebut menentukan sikap dan kesadarannya untuk ikut serta berperan dalam pemilu tersebut dengan menggunakan hak pilihnya. Konsep sosialisasi politik ini tepat untuk digunakan peneliti dalam melakukan penelitian karena strategi yang dilakukan pihak KPU adalah dengan sosialisasi.

Sosialisasi erat kaitannya dengan komunikasi politik, karena komunikasi politik merupakan suatu proses interaksi antar elit dengan masyarakat secara langsung. Strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan saat ini, guna mencapai tujuan politik pada masa depan, memantapkan kelembagaan politik, menciptakan kebersamaan dan membangun konsensus merupakan keputusan strategis yang tepat bagi komunikasi politik. Untuk mencapai sebuah tujuan maka harus ada yang namanya strategi, taktik atau perencanaan yang matang, sama halnya yang telah dilakukan KPU Kota Bekasi dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu legislatif tahun 2019.³

KPU sebagai penyelenggara pemilihan umum harus menyiapkan atau menggunakan strategi yang baik agar tercapainya tujuan tersebut. Strategi itu berupa sosialisasi terhadap masyarakat, seperti pendidikan politik artinya memberikan pemahaman tentang pemilu, baik secara teori

³ Anwar Arifin. *Komunikasi Politik : Filsafat,Paradigma,Teori,Tujuan, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.) Hlm.235



maupun secara teknik pelaksanaannya. Melalui strategi inilah masyarakat bisa mengetahui arti pentingnya pemilu dan ikut serta menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum tahun 2019.

Secara umum pelaksanaan sosialisasi pemilu 2019 di Kota Bekasi berjalan dengan lancar dan mengikuti pedoman sosialisasi dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI. Terdapat sejumlah agenda kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kota Bekasi dalam rangka meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu 2019 di Kota Bekasi. Kegiatan tersebut antara lain :

1. Kegiatan Pagelaran Seni Budaya menyongsong 1 (satu) Tahun Pemilu Serentak Tahun 2019
2. KPU Goes To School
3. Kegiatan Kursus Kepemiluan
4. Kegiatan Konser Musik “Pemilih Berdaulat Negara Kuat”
5. Kegiatan Pemilu Run
6. lomba kreasi pentas seni pemilih pemula (Lomba Marawis) Pemilu Serentak Tahun 2019.

Ali Syaifa, Anggota KPU Kota Bekasi Periode 2018-2023 yang membidangi Divisi Teknis Penyelenggaraan menjabarkan bahwa Pemilu 2019 adalah pemilu yang memiliki format baru, sebab baru kali ini pemilu legislatif dan Pemilu 2019 serentak dan digabung. Oleh karena itu pihaknya menggunakan beragam metode agar gairah partisipasi masyarakat untuk ikut pemilu meningkat.

“Mengacu pada UU No 7 Tahun 2017 pasal 48 Pemilu di dasarkan pada partisipasi politik, maka dilakukan sosialisasi dan Pendidikan pemilih untuk meningkatkannya dengan beragam cara. KPU Kota Bekasi mengevaluasi Pengalaman saat pileg sebelum 2019 selalu rendah



dibawah 70 persen ,yaitu Pemilu 2014 64%, Pemilu 2009 68%. Tetapi Pilpres pertisiapsinya lebh tinggi tinggi yaitu pemilu 2004 79%, Pemilu tahun 2009 75% dan Pemilu tahun 2014 71%. Jadi ada ketimpangan partisipasi. .Alhamdulillah dicapai partisipasi 82% pada pemilu 2019. Partisipasi tersebut tidak lepas dari sosialisasi KPU disertai tumbuhnya kesadaran masyarakat terlibat dalam pemilu”.⁴

Lebih lanjut, Pihak KPU Kota Bekasi sendiri melakukan sosialisasi tidak hanya tatap muka namun juga dalam bentuk digital. Dalam bentuk tatap muka pihak KPU Kota Bekasi melakukan pemetaan segmen pemilih. Pemetaan segmen pemilih ini pada tahapan selanjutnya menjadi target dari relawan demokrasi. Dalam bentuk digital, pihak KPU Kota Bekasi memanfaatkan media sosial dan website. Tidak lupa mengingatkan kepada peserta pemilu agar juga memberikan pendidikan politik yang baik kepada masyarakat.

“Upaya sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Bekasi banyak hal baik sosialisasi partisipasi dalam bentuk tatap muka maupun dalam bentuk digital atau online. Dalam bentuk tatap muka kita melakukan pemetaan segmentasi pemilih. Kurang lebih ada 13 segmentasi pemilih, diantaranya pemilih marginal, pemuda, pemula, perempuan, disabilitas, kelompok agama dan jenis segmentasi lainnya lainnya. Sosialisasi kita lakukan secara masif dan intensif. Kita juga bentuk pasukan relawan demokrasi yang tugasnya sosialisasi Pendidikan politik agar meminimalisir tingkat apatisme masyarakat, karena lawan partisipasi adalah apatisme politik, maka kita membentuk Relawan Demokrasi. Bentuk kedua sosialisasi digital melakukan sosialisasi dengan akun media sosial, baik Facebook, istagram, website, twitter dengan semampu, sebiasa dan

⁴ Wawancara dengan Ali Syaifa pada tanggal 12 Maret 2020



semaksimal yang ada dengan kondisi anggaran yang terbatas. Ketiga juga melakukan kepada peserta pemilu, menyampaikan pendidikan politik yang baik sehingga Melahirkan sikap simpati dan menimbulkan harapan bagi masyarakat bahwa masih ada dan masih banyak Kader Partai Politik yang bersih dan masih bisa di harapkan menjadi calon pemimpin.”⁵

Nurul Sumarheni, Ketua KPU Kota Bekasi Periode 2018-2023, menjabarkan bahwa pihaknya semaksimal mungkin meyakinkan masyarakat bahwa suara mereka berharga. Pihaknya juga menyasar beragam segmen sosialisasi agar sosialisasi yang dilakukan dapat lebih diterima dalam oleh elemen masyarakat.

“salah satu materi kita dalam sosialisasi bahwa satu suara itu akan memberikan pengaruh karena jika satu orang menganggap satu suara tidak akan berpengaruh apa apa namun di saat yang sama ada 1000 atau sejuta orang punya pemikiran yang sama maka akan menjadi terakumulasi. Sosialisasi menyeluruh ke semua segmen masyarakat, semua tingkatan, bahkan sampai dengan forum RT RW juga kita lakukan. Dari KPU RI ada stretegi membuat relawan demokrasi dan agen sosialisasi yang cukup membantu karena segmented, ada segmen perempuan, pemilih pemula, disable, kemudian kalangan agama pemuka agama dan lain sebagainya itu cukum membantu, jadi kita bisa masuk ke berbagi kalangan.”⁶

Nurul Sumarheni mengakui bahwa faktor Pilpres sangat mempengaruhi antusiasme masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya. Artinya karena pemilunya digabung dan serentak, potensi orang ke TPS

⁵ *ibid*

⁶ Wawancara dengan Nurul Sumarheni pada tanggal 15 Maret 2020



juga tinggi. Meski demikian pihaknya juga tetap mendorong rasionalitas pemilih dalam menggunakan hak pilihnya. Menurutnya keberhasilan tingginya angka partisipasi pemilih pada Pemilu 2019 di Kota Bekasi karena banyak faktor. Salah satunya adalah kinerja penyelenggara sendiri yang mendorong situasi kondusif bagi pemilih untuk menggunakan hak pilihnya. Kemudian secara alamiah masyarakat terdorong memilih karena tingkat keserentakannya.

“ini terlihat dari data tingkat partisipasi antara pileg dan Pilpres berbeda, Pilpres lebih tinggi, salah satu faktornya pilpres Cuma 2 pilihan tetap pileg banyak ada 4 jenis atau kotak yang harus dipilih yang cukup membingungkan bagi masyarakat, buat kalangan terdidik mungkin tidak masalah. Namun hal ini menjadi masalah bagi generasi tua. Mereka bukannya tidak mau pilih tapi bingung mau pilih yang mana. Di gabungkannya Pileg dan Pilpres mengangkat partisipasi Pilpres. Karena perilaku pemilih berbeda Ketika Pilpres dan Pileg di pisah.”⁷

Ali Syaifa, Anggota KPU Kota Bekasi Periode 2018-2023 tidak sependapat dengan pandangan bahwa faktor keserentakan merupakan faktor utama dari tingkat partisipasi pemilih cenderung meningkat pada Pemilu 2019. Menurutnya variabel peningkatan tersebut tidak tunggal.

“Jika hanya karena faktor keserentakan semata maka tidak berdasar karena angka keberhasilan partisipasi ini variabelnya tidak tunggal, buktinya pilpres selalu di bawah 80%, tapi di pemilu 2019 bisa lebih dari angka itu. Artinya kerja KPU Kota Bekasi di satu sisi berjalan dan di sisi lain tumbuhnya kesadaran masyarakat bertemu dan terlibat dalam proses pemilu sehingga partisipasi jadi meningkat.”⁸

⁷ Ibid

⁸ Wawancara dengan Ali Syaifa pada tanggal 12 Maret 2020



Pedro Purnama Kalangi, Anggota KPU Kota Bekasi Periode 2018-2023 Divisi Perencanaan, Data dan Informasi menjelaskan bahwa semua pihak memiliki kontribusi masing masing terhadap peningkatan partisipasi pemilih di Kota Bekasi pada Pemilu 2019. Disatu sisi terdapat kontribusi sosialisasi dari KPU dan disisi lain hal ini didukung oleh euforia pemilih dalam menyambut pesta demokrasi serentak kali ini.

“Menurut saya ada porsinya masing-masing, yaitu ada kontribusi sosialisasi kinerja kami dan euporia pemilih dengan polarisasi keserentakan. Jadi masing-masing berkontribusi. Nah berbicara faktor keserentakan saja yang membuat partisipasi tinggi maka berbicara opini maka harus dengan data. Sah sah saja dengan opini tapi lebih baik gunakan data. Namun kita bersyukur bahwa masyarakat berbondong bondong datang ke TPS untuk gunakan hak Pilihnya.”⁹

Strategi ofensif atau masif menjadi perlu digunakan ketika target yang ingin dicapai juga tinggi. Meski demikian KPU Kota Bekasi tidak sekedar mengejar angka kuantitatif target pemilih, namun secara kualitas pemilih juga turut diperhatikan. Sebagaimana disampaikan Pedro Purnama Kalangi, Anggota KPU Kota Bekasi Periode 2018-2023 Divisi Perencanaan, Data dan Informasi. Dirinya mengungkapkan bahwa KPU Kota Bekasi sangat memperhatikan representasi dari kelompok masyarakat sebagai target sosialisasi.

“Kita tidak mengejar angka kuantitatif semata tetapi juga secara kualitatif yaitu bagaimana adanya keterwakilan perempuan, kita juga melibatkan komunitas-komunitas dengan tujuan agar generasi muda dan

⁹ Wawancara dengan Pedro Purnama Kalangi pada tanggal 20 Maret 2020



kaum marginal mendapatkan haknya untuk berpartisipasi dalam demokrasi. Sekain itu kami juga berfikir bagaimana data data yang ada sesuai factual dan update atau kekinian. Karena kelemahan kita kadang data tidak update dan tidak sadar pentingnya pemeliharaan data kependudukan mereka. Di sayangkan jika karena alasan teknis dan lainnya karena tidak update dalam dasar akan data kependudukan kemudian mereka tidak dapat terlibat poses pemilihan kepemimpinan diwilayah mereka.”¹⁰

Di beberapa kesempatan, Pihak KPU Kota Bekasi mendorong tingkat partisipasi pemilih dengan meyakinkan publik bahwa proses Pemilu adalah pertarungan besar bagi masa depan bangsa dan negara. Meskipun disatu sisi pihak penyelenggara sendiri kerap berhadapan dengan sikap antipati dan sinisme masyarakat terhadap proses pemilu eksese perilaku elit politik yang tidak bertanggung jawab. Pihak KPU Kota Bekasi juga melakukan optimalisasi terhadap peran KPPS melalui sosialisasi door to door agar masyarakat tidak lupa menggunakan hak pilihnya pada hari H.

Strategi perluasan pasar secara ofensif dalam sebuah pemilu bertujuan untuk membentuk ceruk basis kelompok pemilih baru di samping basis tetap yang telah sebelumnya ada. Strategi ini disiapkan melalui kampanye yang pada intinya menawarkan kepada publik tentang pentingnya menggunakan hak pilih. Dalam konteks penyelenggara, maka penyelenggara harus mampu meyakinkan pemilih agar mau menggunakan hak pilihnya dikarenakan pemilu mampu membuat perbedaan dibandingkan tidak menggunakan hak pilih dalam pemilu.

Pada Pemilu 2019, Yunita Utami Panuntun, Anggota KPU Kota

¹⁰ *Ibid*



Bekasi Periode 2018-2023 Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi masyarakat dan SDM menjelaskan, strategi perluasan partisipasi pemilih dilakukan KPU secara nasional melalui program relawan demokrasi dengan sasaran target 11 basis pemilih dalam rangka optimalisasi sosialisasi. Di tingkat penyelenggara di bawah yaitu Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) dan Panitia Pemungutan Suara (PPS) juga terdapat divisi sosialisasi dan partisipasi masyarakat.

Yunita Utami Panuntun, Anggota KPU Kota Bekasi Periode 2018-2023 Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi masyarakat dan SDM menjabarkan target sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Bekasi, diantaranya :

1. Keluarga, dilakukan dengan mendatangi pengajian ibu ibu, atau perkumpulan bapak bapak, PKK dan teman teman tribina;
2. Pemilih muda, teman teman pemuda missal dilakukan dengan karang taruna;
3. Pemilih perempuan, ibu ibu PKK, Posyandu, teman2 tribina, dilakukan lebih banyak relawan demokrasi
4. Disabilitas, dilakukan oleh relawan demokrasi
5. Berkebutuhan khusus, di sel tahanan, sampai disana di buat kapal di LP. Juga di panti Jompo.
6. Kaum marginal, dilaksanakan di sekitar TPA (tempat pembuangan akhir) bantar gebang.
7. Pemilih berbasis komunitas, misal komunitas sepeda, komunitas olahraga, biasanya turun di hari minggu, saat car free day.
8. Pemilih berbasis keagamaan, hubungannya dengan agama, kita sosialisasi di gereja, di masjid masjid atau pengajian.
9. Pemilih Berbasis warga internet (netizen), teman teman yang



mengusai media sosial, mereka membuat konten, event besarnya 1 bulan sekali di buat vlog video, upload media sosial setiap hari oleh relawan demokrasi berdasarkan basisnya bergantian.

Kepada Masyarakat umum, pihak KPU Kota Bekasi melakukan optimalisasi sosialisasi melalui banner dan spanduk yang dipasang di kelurahan dan kecamatan.

Kemudian Media massa, KPU Kota Bekasi beriklan di radio yaitu radio dakta. Di sampaikan mengenai tata cara pencobolosan, Pentingnya datang memberikan suara pada hari pemungutan suara, dan sadar diri mencek apakah sudah ada dalam daftar pemilih, selain iklan di KRL Commuter line.

Kepada Pengawas pemilu, setiap kali ada kegiatan kita pihak KPU Kota Bekasi membuat tembusan kepada bawaslu Kota Bekasi, sehingga mereka bisa melakukan pengawasan jika ada kekhawatiran jika KPU Kota Bekasi lebih condong ke salah satu pihak.

Meski demikian tidak semua elemen dilakukan sosialisasi oleh pihak penyelenggara. Yang tidak dilakukan sosialisasi diantaranya Pemantau pemilu. Hal ini dikarenakan padapemilu 2019 tidak ada pemantau pemilu. Kemudian sosialisasi juga tidak dilakukan di komunitas adat. Karena menurut KPU Kota Bekasi tidak ada komunitas adat tertentu di Kota Bekasi.

Akan halnya strategi menembus pasar adalah sebuah strategi yang eksplorasi potensi kandidat yang telah ada agar mampu teroptimalisasikan secara maksimal. Dalam konteks penyelenggara pemilu, penyelenggara dapat melakukan eksplorasi target pemilih dimana keberhasilan telah diperoleh sebelumnya. Bila di sebuah wilayah penggunaan hak pilih tinggi mencapai 50 persen misalnya. Maka perlu



dilakukan strategi agar raihan suara di wilayah tersebut melebihi hasil yang dicapai dalam pemilu sebelumnya.

Ali Syaifa, Anggota KPU Kota Bekasi Periode 2018-2023 yang membidangi Divisi Teknis Penyelenggaraan menjabarkan bahwa KPU Provinsi Jawa Barat menargetkan target pemilih 85 persen. Meski belum tercapai sepenuhnya namun dirinya mengakui bahwa partisipasi pemilih di Kota Bekasi telah meningkat dari sebelumnya.

Untuk meningkatkan optimalisasi pemilih, KPU Kota Bekasi berkonsentrasi pada wilayah perbatasan dengan partisipasi rendah. Hal ini semata dilakukan sebagai bagian dari upaya menggenjot partisipasi di wilayah dimana tercatat partisipasi pemilunya rendah.

“Kami konsentrasi pada pemilih perbatasan dengan Jakarta, karena biasanya di daerah tersebut partisipasi cukup rendah karena aktifitas pemilih lebih banyak di luar kota. Kami selalu juga ingatkan dan instruksikan kepada PPK dan PPS untuk bisa mengantisipasi kondisi hal tersebut sehingga kadar kualitas sosialisasi dari pintu ke pintu harus di tingkatkan. Sebagai contoh daerah perbatasan kecamatan Jatisampurna yang perbatasan dengan Cibubur, kita antisipasi agar sosialisasi tetap maksimal juga, juga daerah perbatasan lainnya.”¹¹

Syarifuddin, Tokoh masyarakat Kota Bekasi mengakui bahwa penyelenggara pemilu kali ini sangat memperhatikan wilayah dimana tingkat partisipasi pemilihnya rendah. Selain itu yang tampak pada masyarakat, KPU Kota Bekasi pada Pemilu kali ini juga lebih menysasar kepada pemilih generasi muda atau juga kerap dikenal dengan Pemilih Milenial.

¹¹ Wawancara dengan Ali Syaifa pada tanggal 12 Maret 2020



“Pada Pemilu kali ini KPU Kota Bekasi memperhatikan beberapa wilayah yang partisipasinya rendah dan mengeluarkan segenap tenaga dan fokus kepada badan adhoc agar fokus dalam meningkatkan jumlah partisipasi. Selain dengan pendekatan untuk meyakinkan dan memotivasi secara personal dan jejaring. Mereka Melakukan sosialisasi pada berbagai aspek dan juga tempat. Mereka menetapkan sasaran umumnya terutama adalah pemilih milineal yaitu pemilih pemula dan pemilih pemuda. Strategi sosialisasi di lakukan cukup bagus dengan pendekatan berbagi aspek sasaran. Selain itu juga dilakukan juga melalui jejaring menggunakan teknologi informasi sehingga pesan sosialisasi sampai kepada seluruh penjurur pemilih yang ada di wilayaah kota Bekasi.”¹²

Secara umum meski pelaksanaan sosialisasi pemilu 2019 di Kota Bekasi dapat dikatakan memenuhi ekspektasi dengan meningkatnya partisipasi pemilih, bukan berarti tidak ada tantangan dalam pelaksanaannya. Terdapat sejumlah hambatan internal dan eksternal dalam rangka sosialisasi Pemilu 2019 di Kota Bekasi.

Ali Syaifa, Anggota KPU Kota Bekasi Periode 2018-2023 yang membidangi Divisi Teknis Penyelenggaraan menjabarkan bahwa kendala internal yang dihadapi diantaranya adalah pada anggaran yang dirasakan kurang memadai. Disamping itu faktor usia pada lembaga penyelenggara adhoc di tingkat bawah, mengakibatkan kurang optimal dalam melakukan kerja kerja sosialisasi. Adapun hambatan eksternal antara lain ditemukan banyaknya hoax dan kampanye hitam pada Pemilu 2019.

¹² Wawancara dengan Syarifuddin pada tanggal 20 April 2020



C. PENUTUP

Dari hasil penelitian dilapangan, peneliti mendapatkan temuan bahwa KPU Kota Bekasi melakukan sosialisasi secara masif, merata dan menyasar beragam elemen masyarakat. Strategi ofensif yang dilakukan KPU Kota Bekasi dalam hal sosialisasi terbagi dua yaitu memperluas pasar dan menembus pasar.

Strategi perluasan pasar dilakukan KPU Kota Bekasi melalui program relawan demokrasi dengan sasaran target 11 basis pemilih dalam rangka optimalisasi sosialisasi. Di tingkat penyelenggara di bawah yaitu Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) dan Panitia Pemungutan Suara (PPS) juga terdapat divisi sosialisasi dan partisipasi masyarakat. Selain itu peranan teknologi seperti media sosial juga memiliki peranan terhadap optimalisasi sosialisasi oleh KPU Kota Bekasi.

Strategi yang dilakukan KPU Kota Bekasi untuk optimalisasi pemilih dilakukan dengan pemerataan sosialisasi. Terutama di wilayah dimana partisipasinya telah menunjukkan kecenderungan meningkat. Selain itu KPU Kota Bekasi menyasar wilayah perbatasan dimana pada sebagian wilayah tersebut dilakukan optimalisasi sosialisasi sebab tren pada pemilu terdahulu menunjukkan kecendrungan partisipasi rendah.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alfian, *Pemikiran dan Perubahan Politik Indonesia*. Jakarta, Gramedia, 1978
- Arifin, Anwar, "Komunikasi Politik (Filsafat - Paradigma - Teori - Tujuan - Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia)", Yogyakarta, Graha Ilmu, 2011
- Beetham, David, "Liberal Democracy and the Limits Democratization". Dalam David Held (ed). *Prospects for Democracy; North, South, East, West*, Stanford, Stanford University Press, 1993
- Bjornlund, Eric, *Beyond Free and Fair : Monitoring Elections and Building Democracy*, Washington DC, Johns Hopkins University Press, 2004
- Budiardjo, Miriam, *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009
- Dahl, Robert A., *Modern Political Analysis*. New Delhi, Prentice Hall of India, 2009
- Dahlan Thaib, *Kedaulatan Rakyat, Negara Hukum dan Konstitusi*, Yogyakarta, Liberty, 1999.
- Fadli Ramadhanil, dkk., *Desain Partisipasi Masyarakat Dalam Pemantauan Pemilu, Kemitraan Partnership*, Jakarta, 2004.
- Huntington, Samuel dan John M. Nelson, *Partisipasi Politik di Negara Berkembang*. Jakarta, Rineka Cipta, 1990
- International Commission of Jurist, *The Dynamic Aspects of the Rule of Law in the Modern Age*, Bangkok, International Commission of Jurist, 1965
- Mayo, Henry B, *An Introduction to Democratic Theory*. New York, Oxford University Press, 1960
- McClosky, Herbert, *Political Participation*. New York, The Macmillan Company, 1972



- Fatah, R. EeP Safulah, *Masalah dan Prosepek Demokrasi di Indonesia*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 1994.
- Reeve, A., *Electoral Systems: A comparative and theoretical introduction*. New York, Routledge, 2001
- Samarasinghe, S.W.R. de A., *Democracy and Democratization in Developing Countries*. Washington DC: Developments Studies Program, The American University and Institute for International Research, 1994
- Sartori, Giovanni, *The Theory of Democracy Revisited*. Chatham, N.J., Chatham House Publishers, 1987
- Schumpeter, Joseph (ed), *Capitalism. Sosialism, and Democracy*, London, Routledge, 2003.
- Strong, C.F., *Modern Political Constitution*. London: London, Sidwick & Jackson, 1973
- Surbakti, Ramlan, *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta, PT. Grasindo. 2010
- Rahman, Arifin, *Sistem Politik Indonesia dalam Perspektif Struktural Fungsional*. Surabaya, Penerbit SIC, 2002
- Rush, Michael, dan Philip Althoff, *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta, PT. Raja Garafindo Persada, 2003
- Ubaidillah, A, Rozak, Ahmad, (penyunting), *Demokrasi, Hak Asasi Manusia dan Masyarakat Madani*, Jakarta : ICCE UIN Syarif Hidayatullah, 2006

Penelitian Terdahulu

- Gleko, Petrus, dkk. 2017. *Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah*. Jurnal Ilmu Sosial Politik, Vol. 6 No. 1, Unitri
- Munir, Sirajul. 2016. *Peningkatan Partisipasi Masyarakat (Analisis Dalam Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Sumenep Tahun 2015)*. UIN Sunan Kalijaga
- Wardani, Sri Budi Eko, 2014. *Sosialisasi dan Partisipasi Dalam Pemilu di Indonesia : Antara Regalitas, Cara, dan Substansi*. Perludem. Jakarta



