

STRATEGI KOMUNIKASI KPU KOTA PADANG DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT PADA PEMILU KADA TAHUN 2018

Nilam Satma¹, Nora Eka Putri²

¹) Jurusan Administrasi Negara, Universitas Negeri Padang, Air Tawar Barat, 25132

²) Jurusan Administrasi Negara, Universitas Negeri Padang, Air Tawar Barat, 25132

INFORMASI ARTIKEL

Diterima: 20 Januari 2019

Direvisi: 26 Januari 2019

Diterbitkan: Februari 2019

KATA KUNCI

Pemilihan Umum, Komisi
Pemilihan Umum, Strategi
Komunikasi dan Kota Padang

KORESPONDEN

No. Telepon: 081378253895

E-mail:

nilamsatma1004@gmail.com,

noraekaputri@fis.unp.ac.id

ABSTRAK

Partisipasi masyarakat dalam pesta demokrasi menjadi tolak ukur kesuksesan KPU Kota Padang dalam menyelenggarakan pemilihan. KPU Kota Padang menargetkan tingkat Partisipasi pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota tahun 2018 dapat naik dari tahun sebelumnya pada tahun 2013 yang hanya 53,58%. Dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana strategi komunikasi KPU dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap pemilu dan faktor-faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan pemilu pada 2018 di Kota Padang. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPU Kota Padang sudah terlaksana secara optimal, walaupun masih adanya ditemukan kendala dalam melaksanakan strategi komunikasi dan itu tidak terlalu berpengaruh terhadap strategi yang telah dibuat oleh KPU Kota Padang. Kendala yang dihadapi oleh KPU Kota Padang diantaranya, 1)Kendala menyangkut dengan masalah dana yang diberikan oleh pemerintah tidak seimbang dengan jumlah penduduk yang berada di 11 kecamatan di Kota Padang, sehingga menyulitkan untuk melaksanakan kegiatan, 2)Kurangannya respon masyarakat terhadap sosialisasi yang telah diadakan oleh KPU.

PENDAHULUAN

Kegiatan pemilihan umum (Pemilu) yang merupakan salah satu kegiatan politik yang paling banyak menarik perhatian dan

keterlibatan masyarakat sehingga pemilu menjadi momen pendidikan politik yang sangat penting dalam rangka mendewasakan warga negara. Pemilu mengajarkan kepada masyarakat

untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan politik dengan cara memberikan suara kepada partai politik tertentu yang menjadi pilihannya. Pemilu merupakan kegiatan yang sangat penting dalam proses demokrasi untuk membentuk pemerintahan yang demokratis. Fungsi pemilu menurut Arbi Sanit adalah pembentukan legitimasi penguasa dan pemerintah, pembentukan perwakilan politik rakyat sirkulasi elit penguasa, dan pendidikan politik (Arbi Sanit. 1997:158). Agar pemilu benar-benar menghasilkan pemerintahan yang demokratis, maka pemilu sudah seharusnya diselenggarakan oleh suatu lembaga negara yang independen dan tidak memihak. Oleh karena itu, KPU sebagai lembaga penyelenggara pemilu di Indonesia harus selalu berpegang pada peraturan perundang-undangan yang ada, kode etik dan tata tertib KPU. Tugas dan wewenang KPU dalam menyelenggarakan pemilu tidak semata-mata berhubungan dengan partai-partai peserta pemilu, tetapi juga harus dengan masyarakat sebagai pemberi suara dalam pemilu.

Berbicara tentang partisipasi masyarakat, kita berbicara tentang pemilih yang dihadapkan pada berbagai kepentingan secara bersamaan: kepentingan penyelenggara pemilu meningkatkan angka partisipasi pemilih sebagai target utama; kepentingan calon meraih suara terbanyak; kepentingan lembaga pengawas pemilu mengurangi kecurangan pemilu, dan sebagainya. Sementara kepentingan pemilih adalah untuk memilih berdasarkan informasi yang memadai, akses terbuka terhadap *track record* peserta pemilu, akses terbuka terhadap informasi kepeiluan, bebas dari intimidasi dan mobilisasi. Namun kenyataannya hal ini belum terkelola dengan baik, intensif, dan berkualitas (Wardani, 2014: 17). Partisipasi masyarakat dalam pesta demokrasi menjadi tolak ukur kesuksesan KPU Kota Padang dalam menyelenggarakan pemilihan. Keberhasilan Demokrasi dapat dilihat dari Partisipasi politik masyarakat sebuah daerah. KPU Kota Padang

mentargetkan tingkat Partisipasi pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota tahun 2018 dapat naik dari tahun sebelumnya 2013 yang hanya 53,58%.

Pada pelaksanaan Pemilihan Umum kepala Daerah Tanggal 27 Juni 2018 kemaren peningkatan yang terjadi tersebut menjadi sebuah motivasi besar bagi KPU Kota Padang untuk lebih meningkatkan lagi partisipasi masyarakat di kota Padang. Mengapa harus ditingkatkan lagi? Karena dari 4 Kota yang melaksanakan Pemilihan Umum Kepala Daerah di Sumbar yaitu Kota Padang, Padang Panjang, Pariaman, dan Sawahlunto, di Kota Padang lah yang memiliki partisipasinya yang sangat rendah. Sedangkan 3 Kota lainnya rata-rata memiliki angka partisipasi yang lebih dari 70% pada tahun 2018. Selanjutnya dari tahun 2013 pun Kota Padang memiliki partisipasi yang sangat rendah dari 3 Kota lain tersebut yang melaksanakan pemilihan umum kepala daerah. Walaupun terjadi peningkatan pada saat pemilihan umum kepala daerah di tahun 2018 dibandingkan tahun 2013 tetapi tetap saja Padang memiliki angka partisipasi yang sangat rendah dan Padang juga tidak mencapai target yang telah ditetapkan oleh KPU Kota Padang yaitu 70%. Dan dapat dilihat dari tabel dibawah ini yaitu data partisipasi masyarakat dari 4 Kota yang melaksanakan pemilu di Sumbar pada tahun 2013 dan tahun 2018. Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Strategi Komunikasi KPU Kota Padang Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pemilu Pada Tahun 2018”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini metode yang ingin penulis gunakan adalah metode kualitatif dengan jenis kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan oleh penulis di Kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang yang beralamat di Jalan Gn. Sarik, Kota Padang Sumatera Barat 25176. Informan ditentukan dengan cara purposive

sampling, yaitu menentukan informan dengan pertimbangan tertentu yang dipandang dapat memberikan data secara maksimal. Selain teknik purposive sampling, teknik lain yang dipakai untuk penentuan informan masyarakat adalah teknik accidental sampling yaitu menentukan informan dilapangan berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai informan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dari informan. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi terhadap literatur yang dapat menunjang penelitian.

Untuk mendapatkan data yang kredibilitas tinggi maka dalam penelitian ini digunakan bentuk pemeriksaan keabsahan data yang sesuai dengan pendapat Moleong. (2006:330), yaitu teknik triangulasi sumber yang dilakukan dengan cara melakukan *member check* sampai dicapai tahap kejenuhan data. Proses analisis data dimulai dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan terakhir penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kota Padang Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Tahun 2018.

Strategi komunikasi yang digunakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang sebenarnya sudah baik, walaupun masih terdapat berbagai kekurangan dan kendala yang dihadapi oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang dalam melakukan strategi komunikasi tersebut. Akan tetapi, strategi komunikasi tersebut sudah berjalan dengan baik sedikit demi sedikit, dan setidaknya dalam pemilihan umum 2018 angka partisipasi masyarakatnya sudah meningkat dari tahun sebelumnya, walaupun belum mencapai target yang telah ditetapkan oleh KPU Kota Padang. Strategi komunikasi

yang digunakan oleh Komisi Pemilihan Umum yaitu adalah :

a. Mengenali Sasaran Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, (2016:35) sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu. Sudah tentu itu bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). apa pun tujuannya, metodenya, dan banyaknya sasaran, pada diri komunikasi perlu diperhatikan faktor-faktor yaitu faktor kerangka referensi dan faktor situasi dan kondisi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka dapat dikatakan bahwa pelaksanaan strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang yaitu, didalam pengenalan sasaran KPU Kota Padang memiliki sasaran dalam pemilihan umum kepala daerah 2018 yaitu seluruh masyarakat Kota Padang yang terdaftar sebagai sebagai pemilih dan penempatan sasaran dibagi ke dalam 5 segmen strategis, yaitu kelompok pemilih pemula, kelompok agama, kelompok perempuan, penyandang disabilitas dan kelompok pinggiran. Dalam menyampaikan pesan tersebut KPU mengadakan sosialisasi di sekitaran rumah warga di 11 kecamatan di Kota Padang.

Dalam penyampaian pesan tersebut KPU menggunakan metode informatif yaitu suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang tentang hal-hal yang baru diketahuinya seperti halnya dalam penyampaian berita dalam media cetak maupun elektronik dan metode persuasif yang bersifat edukatif. KPU juga membuat kegiatan-kegiatan yang salah satunya yaitu Jambore Pelajar. Jambore pelajar itu untuk

anak SLTA yang mempunyai hak pilih. Di undang perwakilan sekolah ada sekitar 500 orang yang diadakan di Padang Besi dan menginap disana. Lalu diadakan pilkada dini terpilih disana wali kota dan wakil wali kota jambore. Ini dilakukan seperti pemilihan umum sungguhan agar itu adalah salah satu pendidikan politik dan mereka juga tahu memilih itu seperti apa.

b. Pemilihan Media Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, (2016:37) untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka dapat dikatakan bahwa media komunikasi yang digunakan oleh Komisi Pemilihan Umum dalam melaksanakan suatu strategi komunikasi yaitu media elektronik dan media cetak, selain itu KPU Kota Padang juga menggunakan media kelompok yaitu mengadakan seminar ataupun diskusi di sekolah-sekolah SLTA, Kampus-kampus, dan terutama sekali dengan membentuk Relasi Pemilu (Relawan Demokrasi Pemilu). hal tersebut mempermudah KPU Kota Padang dalam menyentuh langsung khalayak sasaran sesuai dengan segmentasi atau kelompok-kelompoknya.

Hafied Cangara, (2015:139) juga menyatakan dalam aktivitas komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang banyak digunakan adalah media kelompok, misalnya, rapat, seminar dan konperensi. Rapat biasanya digunakan untuk

membicarakan hal-hal penting yang dihadapi oleh suatu organisasi. Seminar adalah media komunikasi kelompok yang biasa dihadiri oleh khalayak tidak lebih dari 150 orang. Tujuannya ialah membicarakan suatu masalah dengan menampilkan pembicara, kemudian meminta pendapat atau tanggapan dari peserta seminar yang biasanya dari kalangan pakar sebagai nara sumber dan pemerhati dalam bidang itu. Konperensi adalah media komunikasi kelompok yang biasanya dihadiri oleh anggota dan pengurus dari organisasi tertentu.

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, (2016:37) pesan komunikasi (message) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informatif, teknik persuasif, atau teknik instruksif. Seperti telah disinggung di muka, apa pun tekniknya, pertama-pertama komunikasi harus mengerti pesan komunikasi itu. Seperti telah diterangkan sebelumnya, pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (the content of the message) dan lambang (symbol). isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa macam-macam. Lambang yang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi komunikasi ialah bahasa, gambar, warna, kial (gesture), dan sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka dapat dikatakan bahwa isi pesan yang disampaikan oleh KPU Kota Padang yaitu bersifat persuasif, edukatif dan informatif. Penyampaian pesan persuasif salah satunya dilakukan pada saat kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Komisi pemilihan (KPU) Kota Padang. Teknik komunikasi persuasif ini dilakukan dengan mengajak, menghibau dan membujuk sasaran

komunikasi untuk menggunakan hak pilihnya pada pemilihan umum 2018. selain melakukan upaya persuasif dalam menyampaikan pesan mengajak atau menghimbau masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya, Komisi Pemilihan Umum Kota Padang juga melakukan penyampaian pesan yang bersifat edukatif ataupun mendidik.

Dalam hal ini Komisi pemilihan Umum (KPU) Kota Padang secara tidak langsung juga turut memberikan pendidikan politik kepada masyarakat melalui pemilu ini. KPU Kota Padang memberikan informasi kepada masyarakat mengenai segala hal tentang pemilu. Sehingga masyarakat yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu. KPU juga membuat Maskot yaitu simbol lokal minangkabau dan Jingle untuk menghimbau masyarakat Kota Padang. Ini membuktikan meningkatnya partisipasi masyarakat sebesar 11% pada pemilihan umum kepala daerah tahun 2018.

d. Peran Komunikator dalam Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, (2016:39) ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu yang pertama, daya tarik sumber adalah seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Yang kedua, kredibilitas sumber adalah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka dapat dikatakan bahwa pemilihan komunikator dalam komunikasi Komisi pemilihan Umum (KPU) Kota Padang dalam melakukan

berbagai kegiatan menyampaikan pesan pemilu 2018, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang tidak bekerja sendiri namun membentuk Tim Relasi Pemilu sebagai perpanjangan tangan dari Komisi Pemilihan Umum Kota Padang untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat tentang pemilihan umum 2018 berdasarkan segmennya masing-masing. Orang-orang yang dipilih oleh KPU Kota Padang yaitu orang yang berpendidikan dan paham dengan pesan yang akan disampaikan, mereka juga tahu bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut kepada khalayak agar tertarik dengan apa yang disampaikan komunikator tersebut, jadi komunikator dipilih sesuai dengan pengetahuannya mengenai pemilu. Hal ini sudah cukup efektif untuk memudahkan pihak KPU Kota Padang untuk menyentuh langsung masyarakat berdasarkan segmentasinya untuk pemilu 2018.

Hafied Cangara, (2015:99) juga menyatakan yaitu Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Oleh karena itu, komunikator biasa disebut pengirim, sumber. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Untuk itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

2. Kendala-Kendala Yang Dihadapi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi masyarakat Di Kota Padang Tahun 2018.

Dalam hal ini strategi komunikasi yang digunakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang sudah cukup maksimal untuk meningkatkan partisipasi masyarakat pada tahun 2018. Namun dalam melaksanakan strategi kepemimpinan ini,

masih ada permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh KPU Kota Padang dalam melaksanakan strategi komunikasi. adapun yang dihadapi oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang yaitu :

Pertama, Kurangnya dukungan finansial untuk sosialisasi ini kendala pertama yang KPU hadapi yaitu yang menyinggung dengan keuangan, karena pada saat sosialisasi KPU sulit mengatur dan membagi biaya yang telah diberikan oleh pemerintah lantaran sosialisasi yang di adakan membutuhkan dana yang cukup besar mengingat banyaknya penduduk di Kota Padang pada 11 kecamatan, dana yang di turunkan oleh pemerintah itu tidak seimbang dengan jumlah penduduk yang berada di Kota Padang. Sehingga ini menjadikan kendala bagi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.

Kedua, Kurangnya respon masyarakat dalam sosialisasi kendala ini yaitu kadang masih ada masyarakat yang tidak mengetahui adanya sosialisasi yang di adakan di sekitar tempat tinggalnya, jika pun ada masyarakat yang datang di tempat sosialisasi yang diadakan, namun tidak semua masyarakat memahami dengan baik dengan apa yang disampaikan, kadang ada yang mendengarkan dan mengiyakan tapi belum tentu mereka ikut dalam pemilihan umum, kadang mereka hanya betul-betul sekedar datang saja. selanjutnya yaitu kurangnya minat masyarakat dengan kegiatan yang dibuat oleh pihak KPU, dan juga ada masyarakat yang terkendala dengan pekerjaan, tetapi kadang ada masyarakat yang hanya menjadikannya sebagai sebuah alasan agar tidak datang ke sosialisasi yang diadakan oleh KPU.

3. Upaya Yang Dilakukan Dalam Mengatasi Kendala Yang Dihadapi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi masyarakat Di Kota Padang Tahun 2018.

Dari beberapa kendala yang telah diuraikan di atas, maka perlu adanya suatu upaya dalam rangka mengatasi kendala-kendala tersebut, agar strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang dapat meningkatkan partisipasi masyarakat di Kota Padang. Dalam hal ini, berdasarkan wawancara penulis upaya yang dilakukan oleh KPU Kota Padang yaitu :

Pertama, Untuk mengatasi kendala kurangnya dukungan finansial ini KPU mengatur pengeluaran seminim mungkin dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan yang sudah direncanakan, KPU membuat kegiatan dengan anggaran yang telah diberikan oleh pemerintah, dan berusaha untuk bagaimana kegiatan atau sosialisasi itu bisa terjalan dengan baik dan mengambil alternatif tindakan yang dianggap paling penting, agar tidak membuat kegiatan-kegiatan yang tidak bermanfaat. Untuk kedepannya Komisi Pemilihan Umum meminta menambah anggaran kepada pemerintah agar kegiatan yang dibuat dapat memadai dan meningkatkan partisipasi masyarakat Kota Padang.

Kedua, Untuk mengatasi kendala ini upaya yang dilakukan oleh KPU yaitu mengatur lagi untuk kedepannya strategi komunikasi yang baik agar masyarakat tersebut bisa tertarik dengan sosialisasi yang KPU adakan dan tercapainya target yang ingin dicapai oleh KPU Kota Padang, KPU juga berusaha mendekatkan diri kepada masyarakat dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang sudah terlaksana secara optimal, walaupun masih adanya ditemukannya kendala-kendala dalam melaksanakan strategi komunikasi. Namun itu tidak terlalu berpengaruh terhadap strategi yang telah dibuat oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang karena dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang, ternyata cukup efektif terlihat dari meningkatkannya partisipasi masyarakat pada pemilihan umum kepala daerah 2018 yaitu meningkat sebesar 11% dari tahun sebelumnya.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang untuk meningkatkan partisipasi masyarakat adalah dari segi pengenalan sasaran yaitu seluruh masyarakat Kota Padang yang terdaftar sebagai pemilih dan penempatan sasaran dan dibagi ke dalam 5 segmen pemilih strategis yaitu pemilih pemula, kelompok agama, kelompok perempuan, penyandang disabilitas dan kelompok pinggiran.

Setelah itu pemilihan media terbagi dalam media massa dan media kelompok sehingga dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Isi pesan yang disampaikan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang bersifat persuasif, edukatif dan informatif. Didalam melakukan berbagai kegiatan-kegiatan pemilu yang dibuat oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang dan KPU Kota Padang tidak bekerja sendiri namun membentuk Tim Relasi Pemilu sebagai perpanjangan tangan dari KPU Kota Padang untuk membantuk menyampaikan pesan kepada masyarakat pada saat pemilu 2018 berdasarkan segmennya masing-masing yang telah ditentukan oleh KPU sesuai dengan kemampuan dan pendidikannya.

Selanjutnya kendala-kendala yang dihadapi oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang yaitu :

Pertama, Kendala yang menyangkut dengan masalah dana yang diberikan oleh pemerintah tidak seimbang dengan jumlah penduduk yang berada di 11 kecamatan di Kota Padang, itu menyulitkan KPU Kota Padang dalam melaksanakan kegiatan guna untuk meningkatkan partisipasi masyarakat pada tahun 2018.

Kedua, Kurangnya respon masyarakat terhadap sosialisasi yang telah diadakan oleh KPU guna untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, masyarakat yang tidak terlalu tertarik dengan sosialisasi yang diadakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik karena bimbingan dari Ibu Nora Eka Putri, S.IP, M.Si kemudian kritik dan saran yang diberikan oleh Bapak Aldri Frinaldi, SH, M.Hum, Ph.D dan Afriva Khaidir, SH., M.Hum, MAPA, Ph.D

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arbi Sanit. 1997. *Partai, Pemilu dan Demokrasi*. cetakan pertama.. Pustaka Pelajar Yogyakarta
- Bungin, H.M Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dwiningrum, Siti Irene Astuti. 2011. *Desentralisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Effendy, Onong Uchjana. 2016. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Gatara Said dan Said Dzulkiah. 2007. *Sosiologi Politik Konsep dan Dinamika Perkembangan Kajian*. Bandung : CV Pustaka Setia.

Mulyana, Deddy. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Nurjaman, Kadar dan Umam, Khaerul. (2012). *Komunikasi dan Publik Relation*. Bandung: Pustaka Setia.

O’Hair, Dan; W. Friedrich Gustav; dan Dixon, Dee, Lynda. (2009). *Strategic Communication in Business and the Professions’*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Rahmad, Arifin.2003. *Sistem Politik Indonesia*. Surabaya: SIC.

Sastroatmodjo, Sudijono. 1995. *Perilaku Politik*.Semarang: IKIP Semarang.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Chotijah. “Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Garut dalam sosialisasi Pemilu 2014 kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Garut”. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut* P-ISSN: 2461-0836; E-ISSN: 2580-538X

Dwi Haryono , A. Margono , Syahrani. “*Strategi KPU dalam Meningkatkan Partisipasi pemilih pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Samarinda tahun 2015*”. *eJournal Administrative Reform*, 2016, 4 (2): 204-215 ISSN 2338-7637, ar.mian.fisip-unmul.ac.id

Muslimah, Siti. 2016. *Evaluasi Strategi Penyelenggara Pemilu Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Di Pemilihan Umum Kepala Daerah 2015 (Studi Pada Komisi Pemilihan Umum Way Kanan)*, Bandar Lampung: FISIP Universitas Lampung.

BIOGRAFI PENULIS



Nilam Satma

lahir di Padang, 10 April 1995. Anak Tunggal dari Ibu Yusni dan Bapak Yohannes, penulis menempuh pendidikan dimulai dari TK Nurul Yakin Kota Padang, dilanjutkan SDN Cibatok 04 Kota Bogor, dilanjutkan SMP PGRI 1 Padang, melanjutkan ke SMAN 15 Padang, hingga akhirnya menempuh masa kuliah di Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ilmu Administrasi Publik Universitas Negeri Padang.