

Hubungan Masyarakat (Humas) Politik Dan Partisipasi Politik: Kampanye Peningkatan Partisipasi Pemilih oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada Pemilu 2019 = Political Public Relations (PR) and Political Participations: Voter Turnouts Campaign of Indonesia General Election Commission (KPU) in 2019 Election

Jeani Riyanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20513491&lokasi=lokal>

Abstrak

Pemilu 2019 merupakan Pemilu serentak di mana pemilih memilih eksekutif dan parlemen dalam satu pelaksanaan. Sebagai Pemilu serentak pertama, Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai lembaga penyelenggara Pemilu bukan hanya memiliki tujuan dalam menyelenggarakan Pemilu yang aman tetapi juga meningkatkan partisipasi pemilih yang terus menurun di setiap pelaksanaan Pemilu. Untuk itu, KPU membuat strategi sosialisasi dan komunikasi guna meningkatkan partisipasi pemilih. Dengan tingkat partisipasi pemilih yang tinggi, maka pemerintahan hasil Pemilu memiliki legitimasi yang baik. Konsep area Hubungan Masyarakat (Humas) politik dapat membantu Humas dalam mencapai tujuan organisasi. Untuk itu, penelitian ini menganalisis fungsi Humas Politik untuk meningkatkan partisipasi pemilih oleh KPU. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus organisasi penyelenggara Pemilu. Hasil penelitian ini menunjukkan KPU menjalankan area Humas politik, namun beberapa area dijalankan belum optimal. Manajemen isu, evaluasi dan krisis belum dijalankan secara maksimal oleh KPU. Sedangkan area news management dan manajemen event lebih optimal. Komunikasi digital juga telah dilaksanakan walaupun terkait engagement perlu ditingkatkan. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa ada area lain yang tidak dijelaskan dalam area Humas politik, tetapi dilakukan oleh KPU, yaitu area promosi.

.....Election 2019 was the first simultaneous election for Indonesian to vote executive and legislative in one time. As the first simultaneous general election, General Election Commission or Komisi Pemilihan Umum (KPU) has main purpose not only organize election but also how to increase voter turnout. Voter turnout had been declined since every general election. For that reason, KPU prepared strategies to communicate and socialize election to voter. If voter turnout is higher, the elected government will get a good legitimation from its people. Working area for Politic Public Relations (PR) might assist PR to archive organization's goal. Therefore, this research was trying to analyze general election socialization strategies that coherence with domain of political PR and related to increase voter turnout. This research was using qualitative research with case study of election organization in Indonesia. Result of this research showed KPU run domain of political PR, but some domains are not implemented optimally. The KPU has not yet fully implemented the issue management, evaluation management and crisis management. Meanwhile, domain of news management and event management are more optimal. Digital communication has also been implemented although related to engagement needs to be improved. The findings of this study also indicate that there is other domain that are not explained in domain of political PR, but are carried out by the KPU, domain of promotion.