

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (KPU DIY) DALAM MENINGKATKAN
PEMILIH PEMULA GEN Z PADA PEMILU 2024**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia**

Oleh :

Jidan Aflahul Ausath

20321169

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU
SOSIAL BUDAYA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (KPU DIY) DALAM MENINGKATKAN
PEMILIH PEMULA GEN Z PADA PEMILU 2024**



Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., M.A

NIDN: 0520058402

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (KPU DIY) DALAM MENINGKATKAN
PEMILIH PEMULA GEN Z PADA PEMILU 2024

Disusun Oleh
JIDAN AFLAHUL AUSATH

20321169

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal : Sabtu, 25 Januari 2025

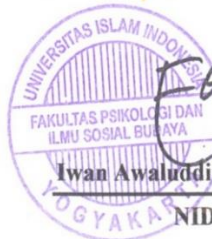
Dewan Penguji :

1. Ketua : Narayana Mahendra Prastya, S.Sos, M.A (.....)
NIDN 0520058402

2. Anggota : Puji Rianto, S.IP., MA (.....)
NIDN 0503057601

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D

NIDN. 0506038201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Jidan Aflahul Ausath

Nomor Mahasiswa : 20321169

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 10 Desember 2024

Yang menyatakan,



JIDAN AFLAHUL AUSATH

NIM 20321169

MOTTO

“Di mana pun kau berkiprah tak ada masalah, yang penting semangat keislaman dan keindonesiaan itu yang harus kau pegang teguh”

(Lafran Pane)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al Insyirah : 5)

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada:

Abi, Bunda, & Farrel

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan berkah dan ridho-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) Dalam Meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024”.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna dan tentunya dalam prosesnya tidak lepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan baik material dan spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Chamami, SE. selaku ayah saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan tanpa henti dan kasih sayang seorang ayah.
2. Ely Sofiati, SH. selaku ibundaku tercinta dan tersayang yang juga selalu mendoakan dan memberikan dukungan tanpa henti dan kasih sayang seorang ibu.
3. Farrel Majdi selaku adik saya yang selalu memberikan support dan doa.
4. Bapak Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Sekaligus Dosen Pembimbing akademik, terima kasih telah sabar membimbing dan memberikan support bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi FPSB Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Puji Rianto, S.IP., MA selaku dosen penguji terimakasih telah telah menyempatkan waktunya untuk menguji melalui pendadaran skripsi penulis.
7. Ibu Sri Surani, S.P. selaku Ketua Divisi Sosialisasi Pendidikan Pemilih Partisipasi Masyarakat dan SDM beserta seluruh jajaran Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta.
8. Dosen-dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang diberikan serta jasanya dalam mendidik dan membantu saya selama menjadi mahasiswa.
9. Seluruh teman-teman informan dari Generasi Z selaku narasumber dalam penelitian ini. Terima kasih atas bantuan sumber informasi dan ketersediaan waktu dalam proses penelitian ini berlangsung.
10. Faridha Sari Handayani telah berkontribusi cukup besar dari dukungan materi maupun non-materi dalam perkembangan penelitian ini.

11. Seluruh teman-teman Prayudatama, Nita, Abay, Ghitraf, Ghibran, Alantopos Sineba, Sodiq, Syahroni, Mubarak senantiasa memberikan semangat dukungan dan support terhadap saya untuk perkembangan penelitian ini.

12. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu.

Semoga karya skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak-pihak yang bersangkutan, serta dapat menjadi perbandingan bagi penelitian selanjutnya. Penulis berharap Allah SWT berkenan untuk membalas segala kebaikan dari seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 10 Desember 2024

Peneliti,



Jidan Aflahul Ausath

DAFTAR ISI

SKRIPSI	1
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA	1
LEMBAR PERSETUJUAN	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	IV
MOTTO	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
ABSTRAK	XII
ABSTRACT	XIII
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Kerangka Teori	9
1. Strategi Komunikasi	9
2. Tahapan Perumusan Strategi Komunikasi	12
3. Manajemen Komunikasi	15
4. Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Pemilu	16
a. Pemilih Pemula	16
b. Tingkat Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu	17
c. Persoalan Penyebab Mempengaruhi Partisipasi Pemilih Pemula	19
G. Metode Penelitian	21
1. Jenis & Pendekatan Penelitian	21
2. Waktu & Lokasi Penelitian	22
3. Narasumber Penelitian	22

4. Pengumpulan Data	22
5. Teknik Pengumpulan Data	22
6. Teknik Analisis Data	23
BAB II	24
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	24
A. Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta	24
1. Profil Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta	24
2. Visi & Misi	25
3. Tugas, Wewenang & Kewajiban KPU DIY	25
4. Struktur Organisasi KPU DIY	28
BAB III	36
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Temuan Penelitian	36
1. Perencanaan Komunikasi.....	36
2. Strategi Komunikasi	39
3. Media Komunikasi	54
4. Evaluasi	56
5. Feedback Respon Gen Z Terhadap Aktivitas Komunikasi KPU DIY	58
6. Data Sekunder	64
B. Hasil Pembahasan	65
1. Perencanaan Komunikasi.....	65
2. Strategi Komunikasi	66
3. Media Komunikasi	72
4. Evaluasi	73
5. Feedback Respon Gen Z Terhadap Aktivitas Komunikasi KPU DIY	74
6. Perbandingan Penelitian Terdahulu	76
BAB IV	79
PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Keterbatasan Penelitian	80
C. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Informan Pemilih Pemula Gen Z	36
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjabaran Perencanaan Komunikasi	10
Gambar 2.1 Logo Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta	24
Gambar 2.2 Gedung Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta	24
Gambar 2.3 Struktur Organisasi KPU DIY	28
Gambar 3.1 Arsip KPU DIY di Program TVRI Jogja di Gebyar Pemilu Damai	42
Gambar 3.2 Arsip KPU DIY Sosialisasi bersama IKAMI Sulsel Cabang Yogyakarta	43
Gambar 3.3 Arsip KPU DIY Sosialisasi dan Nobar di Man 3 Sleman	44
Gambar 3.4 Tangkapan Layar Akun Tiktok KPU DIY	45
Gambar 3.5 Arsip Kegiatan KPU DIY Goes To Café	47
Gambar 3.6 KPU DIY Goes To Campus dan Nobar di UGM	50
Gambar 3.7 KPU DIY Goes To Pesantren Krapyak Yogyakarta	50
Gambar 3.8 Sosialisasi Pemilu 2024 KPU DIY Bersama IPMKS	51
Gambar 3.9 Konten Komunikasi Instruksional	52
Gambar 3.10 Podcast KPU DIY	53
Gambar 3.11 Tampilan Website KPU & JDIH KPU DIY	54
Gambar 3.12 Tangkapan Layar Akun X (Twitter) KPU DIY	56
Gambar 3.13 Infografis Pemilih Berdasarkan Generasi	58
Gambar 3.14 Infografis Prosentase Partisipasi Pemilih Yogyakarta	64
Gambar 3.15 Data Pemilih Pemuda Pemilu 2024 Yogyakarta	65

ABSTRAK

Jidan Aflahul Ausath 20321169 (2024). Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) Dalam Meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024. (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Tatkala zaman demokrasi semakin progresif maka minat pemilih Generasi Z (Gen Z), menjadi salah satu fokus penting pada keberlangsungan dalam meningkatkan partisipasi politik di Indonesia dan terkhusus di Yogyakarta. Generasi Z yang dikenal sebagai *digital natives*, memiliki karakteristik dan preferensi unik yang mempengaruhi keputusannya dalam memilih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) dalam meningkatkan pemilih pemula Gen Z di Pemilu 2024. Berlandaskan data infografis dirilis KPU DIY 24 September 2024 mengenai rekapitulasi pemilih, berdasarkan generasi. Jika Generasi Z mencapai 567.898 di Yogyakarta lalu presentase 19,73% adalah angka cukup tinggi. Ditambah maraknya golput ada 24.958 pemilih pemula, lalu hanya sebanyak 5.989 yang gunakan hak suara, sementara 18.969 tidak memilih. Hal ini menjadi ketertarikan meneliti di KPU DIY. Metodenya deskriptif kualitatif dengan skema studi kasus Strategi Komunikasi di KPU DIY dengan waktu pengambilan data dari Juni – November serta teknik pengambilan data dengan wawancara mendalam pada narasumber yakni Ketua Divisi Sosialisasi Pendidikan Pemilih, Parmas & SDM selaku Komisioner KPU. Serta penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta yang berusia 17-20 tahun yang belum pernah memilih secara acak di Pemilu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasinya telah terintegrasi dan partisipatif untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula melalui seminar, *workshop*, dan pemanfaatan media sosial. Kegiatannya KPU *Goes to School*, *Goes to Campus*, *Goes to Café*, *Goes to Pesantren* & aktivitas nonton film KPU. Secara keseluruhan strategi komunikasi yang efisien dan adaptif serta vital dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula Generasi Z di pemilu 2024.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pemilu 2024, Generasi Z, Partisipasi Pemula

ABSTRACT

As the era of democracy becomes more progressive, the interests of Generation Z (Gen Z) voters have become an important focus on the sustainability of increasing political participation in Indonesia and especially in Yogyakarta. Generation Z, known as digital natives, has unique characteristics and preferences that influence their decisions in voting. This study aims to determine the communication strategy of the Yogyakarta Special Region General Election Commission (KPU DIY) in increasing Gen Z new voters in the 2024 Election. Based on infographic data released by the KPU DIY on September 24, 2024 regarding voter recapitulation, based on generation. If Generation Z reaches 567,898 in Yogyakarta, then the percentage of 19.73% is quite high. Plus the rampant abstentions, there are 24,958 new voters, then only 5,989 use their voting rights, while 18,969 do not vote. This is an interest in researching at the KPU DIY. The method is descriptive qualitative with a case study scheme of Communication Strategy at the DIY KPU with data collection time from June - November and data collection techniques with in-depth interviews with informants consisting of the Head of the Voter Education Socialization Division, and Parmas & SDM as KPU Commissioners. As well as residents of the Special Region of Yogyakarta aged 17-20 years who have never voted randomly in the Election. The results of the study show that the implementation of the communication strategy has been integrated and participatory to increase the participation of new voters through seminars, workshops, and the use of social media. The activities are KPU Goes to School, Goes to Campus, Goes to Café, Goes to Pesantren & KPU movie watching activities. Overall, an efficient and adaptive communication strategy and vital in increasing the participation of Generation Z new voters in the 2024 election.

Keywords: Communication Strategy, 2024 Election, Generation Z, Novice Voter Participation

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penelitian Stillman (2017) menyebut jika generasi Z merupakan masuk dalam klasifikasi generasi kerja terbaru, lahir berkisar tahun 1995 - 2012, dikenal *iNet Generation* yakni generasi internet. Dalam penelitian tersebut, Gen Z dengan generasi Y atau milenial berbeda. Dijelaskan lagi dalam bukunya berjudul *How the Next Generation Is Transforming the Workplace* berisi penjelasan, letak perbedaannya yakni Gen Y dengan Gen Z adalah jika Generasi Z mahir berteknologi, beserta keterbukaan pemikiran yang lebih dan tidak terlalu peduli pada langgam atau norma biasanya. (Haryanto, Gabriella Chandra. 2019).

Pemilu acapkali dipenuhi retorika politik yang tidak memadai serta kinerja pemerintah yang tidak memuaskan ini menyebabkan timbulnya apatis politik pada pemilih pemula ini ditunjukan pada Gen Z. Hal ini berdampak buruk pada integritas pemilu dan mengurangi representasi beragam pandangan berdemokratis. Dicatat dari Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia, di Pemilu 2024, Dominasi Gen Z, mencapai 56% saat pemilu. (Negoro, T & Tiopan, D. 2023).

Sebaran Gen Z disinyalir mencapai 46,8 juta jiwa. Dalam situs Sekjen DPRD Kota Yogyakarta, ia menuliskan banyak penelitian menyiratkan jika Generasi Milenial serta Gen Z memiliki proyeksi sebagai kelompok pemilih terbesar pada pemilihan umum. Pemilu tahun 2024 juga diperkirakan alami peningkatan dibandingkan pemilu tahun 2019, sebab alami akumulasi presentase 35 - 40% pemilih mayoritas dari Generasi Milenial ataupun Gen Z. (Sekretariat Dewan Kota Jogja. 2022).

Komisioner KPU RI yakni August Mellaz mengatakan masyarakat pada pemilu 2024 akan dominan oleh pemilih dengan kisaran usia 17 - 40 tahun. Partipasinya mencapai kisaran 107 juta, yang merupakan 53 - 55% dari pemilih yang memenuhi syarat. Lantas ini menuntut KPU untuk melibatkan generasi muda agar pemilihan umum 2024 dapat bergulir efektif maksimal & melibatkan seluruh lapisan publik. Pemilih baru merupakan generasi apolitis, atau dikenal sebuah generasi tidak berminat maupun tertarik pada politik. Oleh karenanya, perasaan tidak terwakili patut menjadi perhatian karena dapat berujung pada kekecewaan dan sikap apatis. (August Mellaz. 2023).

Berdasarkan kajian yang dilakukan Nuryadi Kadir tahun 2020 mengenai “Media Sosial & Politik Partisipatif: Suatu Kajian Ruang Publik, Demokrasi Bagi Kaum

Milenial & Gen Z” bahwasanya kelompok Gen Y (Milenial) & Gen Z menganggap praktik politik instan sarat dengan berbagai kepentingan. Sebagian lain berpendapat bahwa para politisi dan pemangku kepentingan dominan dikendalikan kelompok konservatif yang masih mempraktikkan politik gaya lama konvensional, kekurangan terobosan, serta demi kepentingan pertahankan kekuasaan semata dan skema kontestasi hanya berfokus pada kemenangan atau kekalahan. Sedangkan kelompok milenial serta Generasi Z, dipengaruhi oleh lompatan teknologi. Kehidupannya lekat akan penguasaan keterampilan teknologi yang telah mengakar menjadi budaya dan keterampilannya selama ini belum direspon dan konsisten diprioritaskan hal inilah merupakan kontras serta perlu menjadi perhatian berkelanjutan. (Nuryadi Kadir. 2022).

Peneliti menemukan bahwa dari 24.958 pemilih pemula yang dihimpun serta telah terkalkulasi dan terverifikasi KPU Yogyakarta di <https://diy.kpu.go.id/> hanya sebanyak 5.989 yang menggunakan hak suaranya dalam pemilihan, sedangkan 18.969 yang tersisa tidak menggunakan hak suaranya atau kasus ini disebut "Golput". Pemilih pemula tidak menggunakan hak pilihnya karena belum memiliki kapasitas memahami dan mengetahui Pemilu dengan baik. Faktor lainnya juga dipengaruhi maraknya calon kandidat atau partai politik yang ditawarkan, sehingga menyulitkan menjelang memilih calon wakil rakyat. Lantas karena itu menimbulkan apatisisme politik dalam bentuk sikap dan skeptis ke dunia politik sehingga menjadi apolitis inilah bentuk kritik terhadap politik. Inilah eksistensi Gen Z yang telah dikenal dalam dinamika pada kehidupan politik maupun berbangsa dan bernegara sebab wacana pandangan untuk pembangunan berdemokrasi tak berpihak denganya. Generasi Z (Gen Z) di konteks ini merupakan segmen golongan pemilih pemula. (QL Fadila & Nurussa'adah E. 2020).

Sehubungan dengan tugas dan tanggung jawab KPU jika merujuk pada Undang-Undang No 7 Tahun 2017 terkait Pemilihan Umum mempunyai beberapa ihwal menggariskan sebuah amanat tugas dan fungsi yang diemban KPU, termasuk peningkatan partisipasi masyarakat. Pasal 1 Ayat (12) :

"Komisi Pemilihan Umum selanjutnya dalam Undang-Undang ini disebut KPU adalah lembaga negara yang independen dan bertanggung jawab menyelenggarakan pemilihan umum untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah serta membantu penyelenggaraan pemilihan umum presiden dan wakil presiden, serta mempunyai tugas mendorong partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan pemilihan umum."

Lalu Undang-Undang No 7 Tahun 2017 Pasal 21 Ayat (1) Huruf C :

"KPU mempunyai fungsi antara lain: c. *mendorong partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pemilihan umum.*"

Dan Undang-Undang No 7 Tahun 2017 Pasal 22 Ayat (1) Huruf I :

"KPU menyusun dan melaksanakan program peningkatan partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum". (BPK RI. 2017).

Peneliti menyimpulkan pasal-pasal diatas secara eksplisit menyiratkan bahwa KPU memiliki tanggung jawab mendorong keterlibatan masyarakat dalam pemilihan umum dan harus menyusun serta melaksanakan program untuk mencapai tujuannya. Maka diperlukan berbagai skema efisien nan tepat dan baik supaya segmen pemilih pemula yang pada pemilihan umum 2024 terwujud menunjang dan terlibat penuh.

Dikutip dari rri.co.id Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY), menargetkan tingkat keterlibatan pemilih pemula di DIY pada Pemilu 14 Februari 2024 mencapai 85 persen. Untuk mencapainya perlu sosialisasi ke kampus dan SMA/SMK selaku pemilih pemula. Serta Komisioner KPU DIY yakni Sri Surani mengatakan, pihaknya dalam melakukan sosialisasi tidak monoton satu arah, tetapi juga menggunakan sejumlah media seperti nonton bareng film 'Kejarlah Janji' di hampir semua Kampus, sekolah dan pondok pesantren di DIY. (rri.co.id. 2024).

Dalam bukunya Cangara, Rogers (1982) jika strategi komunikasi adalah konsepsi yang dirancang agar dapat mengubah perilaku masyarakat secara signifikan dengan cara pergantian informasi mutakhir. Sementara Middleton dalam (Cangara, 2017) mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah keterpaduan dari seluruh komponennya, termasuk, pesan, komunikator, komunikan, pengaruh maupun media, yang terkonsep agar terwujudnya capaian komunikasi optimal. Akibatnya untuk meningkatkan kinerja, maka strategi komunikasi sangat penting. Lantas hal inilah, KPU DIY bertujuan untuk membuat strategi komunikasi untuk peningkatan keterlibatan pemilih pemula di Pemilu 2024. Merujuk hal ini terkait strategi komunikasi yang diaplikasikan melalui sosialisasi pendidikan politik dengan program yang akrab dan menyenangkan melalui seminar ke berbagai sekolah. Atau juga intens komunikatif dengan komunitas dan kelompok kawula muda. (QL Fadila & Nurussa'adah E. 2020).

Menurut situs resmi KPU (Kpu.go.id, 2022) Strateginya bertujuan meningkatkan partisipasi pemilih pemula melalui program sosialisasi salah satunya adalah *KPU Goes to school*. Programnya memungkinkan KPU dapat bekerja sama dengan sejumlah sekolah menengah yang dituju untuk berinteraksi langsung dengan calon pemilih pemula dan menerapkan strategi komunikasinya. Selain pendekatan tatap muka, juga

telah dibuat akun resmi di berbagai *platform* media sosial. Pemanfaatan media sosial oleh KPU yakni telah merambah seperti *youtube, facebook, instagram, podcast, tiktok, X (Twitter)*. Didalamnya memuat berita yang menarik serta terkini sudah melewati verifikasi kelayakan yang mempertimbangkan sisi informatif dan edukasi. Bahkan dengan anggaran memadai, KPU mampu menyediakan program seperti kompetisi presenter *podcast*, fotografi, membuat *jingle* pemilu, video edukasi pemilu, dan lainnya. (KPU.go.id. 2022).

Maka berdasarkan besarnya generasi z yang menduduki peringkat 3 besar sebagai kelompok pemilih di wilayah DIY yang tercatat dari rekapitulasi daftar pemilih tetap ada 567.898 yang persentasenya mencapai 19,73% serta peneliti melihat adanya fenomena golput dari penelitian terdahulu bersumber dari data KPU DIY ada 24.958 pemilih pemula, sedangkan hanya sebanyak 5.989 yang gunakan hak suara, sementara 18.969 tidak memilih. Akibat kurangnya informasi yang relevan dan minimnya keterlibatan generasi Z dalam proses politik sehingga belum miliki kapasitas memahami dan mengetahui Pemilu dengan baik. Dan Strategi KPU DIY untuk meningkatkan pemilih pemula ini melalui roadshow ke berbagai stakeholder hingga pemanfaatan media baik konvensional atau digital sebagai sarana menarik pemilih pemula. Berangkat dari latar belakang membuat penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui **“Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) Dalam Meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024”**.

B. Rumusan Masalah

1. Fokus Masalah

Fokus penelitian ini yakni Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) Dalam Meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024.

2. Lokasi Penelitian

Kantor Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY). Alamat lokasinya ada di Jl. Ipda Tut Harsono No.47, Muja Muju, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55165.

3. Perumusan Masalah

Bagaimana Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) Dalam Meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak diraih peneliti dari penelitian ini yakni sebagai berikut :

Untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) Dalam Meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan penjelasan tentang bagaimana jalannya Strategi Komunikasi dari Komisi Pemilihan Umum Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) Dalam Meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024 dan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Diteliti

Sebagai pertimbangan atau masukan KPU Daerah Istimewa Yogyakarta dalam peningkatan partisipasinya pada pemilu berikutnya secara terkini.

b. Bagi Peneliti

Diharapkan mampu menambah keilmuan penulis serta menjadi sarana menempa serta pengembangan kapasitas bertafakur secara ilmiah, sistematis dan mampu menuangkan secara tertulis pada penelitian ini.

c. Bagi Masyarakat

Diharapkan bisa memberikan wawasan, pengetahuan dan informasi untuk masyarakat. Dalam hal pentingnya partisipasi dalam setiap pemilihan umum dan agar lebih memahami strategi komunikasi dari KPU Daerah Istimewa Yogyakarta dalam meningkatkan pemilih pemula Gen Z.

3. Manfaat Akademis

Kegunaan akademis penelitian ini yakni diharapkan berkontribusi serta menambah wawasan pengetahuan yang berimplikasi menunjang perkembangan ilmu komunikasi serta menjadi rujukan referensi untuk penelitian selanjutnya.

E. Tinjauan Pustaka

1. Qorina Lois Fadillah & Erfina Nurussa'adah (2022)

Studi ini menyelidiki metode yang diaplikasikan KPU Yogyakarta untuk tersampaikannya pesan saat meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam

Pilkada 2020. Risetnya memakai skema kualitatif deskriptif yang penghimpunan sumber acuannya diperoleh dari wawancara & pengarsipan. Kajian penelitiannya memakai gagasan Harold Lasswell tentang strategi komunikasi, tentu terdiri antara lain pesan, komunikator, media, dan komunikan. Dengan menerapkan strategi komunikasi, KPU Yogyakarta sukses meraih peningkatan keterlibatan dari pemilih segmen pemula di Pilkada 2020 sebesar 7,28% dibandingkan Pilkada terdahulunya mencapai cuma 5,95% berkat penggunaan teknologi sosial media, tatap muka yang terbatas, dan pertemuan *virtual* yang lebih banyak. Capaian risetnya menyatakan jika strategi komunikasi yang teraplikasikan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Yogyakarta untuk peningkatan keterlibatannya yang berkategori pemula di Pilkada 2020 adalah melalui sosialisasi pendidikan pemilih. Secara terbatas gabungan ada tatap muka dan dilakukan secara online via *Zoom Cloud Meeting*. Di sisi lain, KPU Yogyakarta pun menerapkan program Rumah Pintar Pemilu (RPP), ini membantu para pelajar dan mahasiswa mendapatkan informasi dan instruksi tentang pemilihan, agar berpengaruh ke peningkatan partisipasi pemilih dari sisi kuantitas atau kualitas. Materinya terkemas berbentuk *digital game*, *visual* gambar bergerak, kaleidoskop, dan *audio* untuk menarik pemilih pemula. Berdasar strategi komunikasi diaplikasikan oleh KPU Yogyakarta, partisipasi pemilih pemula terakumulasi sebanyak 7,28% pada tahun 2020, peningkatan ini bermula dari pencapaian suara di 2015 sebesar 45.4% lalu meningkat di 51.6%. akibat antusiasmenya saat kontestasi Pilkada 2020 cenderung meninggi dibandingkan pesta demokrasi terdahulu disebabkan ragam elemen strategi komunikasi diaplikasikan KPU Yogyakarta kian diserasikan karakteristik kategori pemula.

2. Dewi Sri Lestari (2020)

Penelitiannya memakai tipe riset kualitatif bermodel deskriptif dimana melibatkan kata-kata tertulis maupun lisan yang diperoleh melalui subjek & pengamatan perilaku. Capaian dari risetnya adalah demi memahami bagaimana KPU berusaha untuk mengakumulasi keterlibatan politik pemilih pemula di kontestasi pemilu Bupati dan Wakil Bupati 2018 di Kabupaten Pinrang serta berbagai faktor yang menyebabkannya tidak terlibat dalam

partisipasi politik. Data & informasi dibutuhkan untuk riset ini di dapatkan melalui informasi dari informan, dimana ia merupakan individu yang dipercaya memiliki pengetahuan serta kepercayaan yang cukup untuk memberikan informasi yang akurat. Terdapat 2 jenis hal dalam sebuah data adalah data primer serta data sekunder, digunakan sebagai sumber. Pada risetnya, melalui pendalaman spontan ke tempat riset yang dituju dengan penggalian informasi melalui wawancara lebih lanjut, serta pengarsipan tempat digunakan untuk pengumpulan data. Penelitian ini menyatakan bahwa hasil peningkatan partisipasi politik pemilih pemula dalam kontestasi pemilu Bupati dan Wakil Bupati tahun 2018 di Kabupaten Pinrang, KPU menggaet relawan demokrasi serta sebagian ormas untuk mengagendakan diseminasi. KPU menyalurkan bimtek atau pembimbingan teknis & instruksi disetiap panitia terlibat serta saat di gencarnya diseminasi demi peningkatan kinerja, walaupun sosialisasinya tak terlaksana teratur. Padatnya aktivitas, pengaruh keluarga, serta perasaan mudah goyah adalah beberapa alasan mengapa pemilih pemula tidak ikut memilih. Hasil penelitiannya bahwa strategi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Pinrang untuk peningkatan keterlibatan politik pemilih berkategori pemula dalam kontestasi pemilu Bupati dan Wakil Bupati 2018 memiliki beberapa parameter. Tahap awal, penyusunan strategi serta capaian jangka panjang, menunjukkan jika ada kepastian tentang strategi yang dipakai dan sasaran hendak diraih. Selanjutnya, ialah filtrasi tingkah laku, menyatakan jika KPU Kabupaten Pinrang telah berupaya meningkatkan kualitas kinerjanya dengan pengarahan bimtek dan *briefing* meski tak rutin.

3. Ani Apsah Lubis (2024)

Capaiannya adalah menginvestigasi strategi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Bandar Lampung melalui program "*Goes to Campus*" dalam meningkatkan partisipasi pemilih generasi Z. Partisipasi politik generasi Z menjadi subjek primer di penelitian ini, fokusnya pada upaya KPU untuk mengedukasi dan mengikutsertakan generasi Z melewati aktivitas sosialisasi di berbagai kampus. Tujuannya guna menganalisis strategi yang digunakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Bandar Lampung melalui program "*Goes to Campus*" dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih dari kalangan Generasi Z. Partisipasi pemilih jadi salah satu indikator

penting pada keberhasilan pelaksanaan demokrasi. Generasi Z sebagai kelompok usia muda, seringkali menunjukkan tingkatnya yang lebih rendah dibandingkan kelompok usia lainnya. Oleh karenanya, adanya pendekatan khusus guna mengakumulasi kesadaran dan partisipasinya kala pemilu. Penelitiannya memakai kaidah Kualitatif dengan teknik pengumpulan data secara wawancara mendalam, dokumentasi dan observasi. Informan penelitiannya yakni Komisioner KPU Kota Bandar Lampung, mahasiswa, serta akademisi dari beberapa perguruan tinggi di Bandar Lampung yang sudah berpartisipasi pada program "*Goes to Campus*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa berlandaskan teorinya. Program "*Goes to Campus*" menghasilkan pengaruh positif kala memupuk partisipasi pemilih Gen Z. Programnya efektif dalam menghadirkan edukasi terkait pentingnya partisipasi saat pemilu serta mengakumulasi kesadaran politik di lingkup mahasiswa. Adapun strategi yang diaplikasikan oleh KPU yakni antara lain penyampaian materi melalui pendekatan interaktif, pemanfaatan media sosial guna menarik minat, dan kolaborasi pada organisasi mahasiswa.

4. Ananda Yayang Praduta (2024)

Berdasarkan acuan sumber serta realitas yang melatar belakanginya yakni Partisipasi politik pemilih pemula ialah elemen vital kala menjaga stabilitas demokrasi di Indonesia. Capaian yang dituju oleh risetnya yakni guna mengkaji strategi terpakai oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Kutai Kartanegara kala meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula menjelang Pemilihan Umum 2024. Penelitian ini memakai skema studi kasus dalam kaidah riset kualitatif dipakai guna menyelami fenomenanya secara holistik serta memakai data deskriptif. Hasil risetnya Melalui kerjasama bersama lembaga pendidikan dan lembaga pemerintahan daerah, KPU Kabupaten Kutai Kartanegara sudah mengaplikasikan berbagai strategi, diantaranya sosialisasi berbagai sekolah, pembentukan Kelas Pemilu, dan pemanfaatan media sosial. Namun, terdapat faktor penghambat seperti pengaruh opini publik, ideologi politik, bahkan masalah dana hingga penyebaran informasi yang tidak jelas dan pengetahuan politik yang kurang.

5. Muhammad Rizki Kurniawan, Desi Erawati, Heri Setiawan, Harmain (2024)

Risetnya dilatarbelakangi demi mengkaji terkait strategi komunikasi yang diaplikasikan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Kalimantan Tengah untuk meningkatkan partisipasi Gen Z pada Pemilu tahun 2024. Studinya bertujuan demi menunjukkan strategi komunikasi yang digunakan KPU Pekanbaru dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2024. Penelitiannya memakai skema kaidah riset kualitatif deskriptif serta dengan prosedur pengumpulan data primer dari wawancara dan observasi langsung dengan komisioner atau anggota KPU Provinsi Kalimantan Tengah dan Mahasiswa IAIN Palangkaraya. Data sekunder diperoleh melalui literatur, penelitian terdahulu, dan dokumen resmi KPU. Hasil risetnya menunjukkan bahwa Komisi Pemilihan Umum memanfaatkan berbagai *platform* media sosial sebagai *tool* yang digunakannya untuk penyebarluasan informasi adapun jenisnya seperti *Tiktok*, *Instagram* dan *Youtube*, serta media masa internet maupun konvensional yakni seperti situs web, radio, koran. Selain itu, mereka juga telah mengimplementasikan berbagai program edukasi, yang disebut "*KPU Goes to School*" dan "*KPU Goes to Campus*", untuk memberikan pendidikan politik kepada para pelajar atau Pemilih pemula Gen Z. Komisi Pemilihan Umum juga telah berkolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan dan universitas di Kalimantan Tengah. Secara keseluruhan, KPU Provinsi Kalimantan Tengah telah berhasil menerapkan strategi komunikasi efektif dalam persiapan Pemilu 2024 guna meningkatkan partisipasi Gen Z.

F. Kerangka Teori

Kerangka Teoritis ialah dasar berfikir dikala mengkaji atau menjabarkan berbagai teori yang menjadi kerangka landasan penelitian dilaksanakan.

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi memiliki arti yakni suatu aktivitas yang terjadi dilakukan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan terhadap penerima respon dengan kepentingan tertentu berupa materi pesan, media serta efek yang hendak dicapai sehingga dapat sesuai dengan tujuan. (Dimiyati, Mudjiono. 2006). Berdasar pemahaman diuraikan, Strategi komunikasi hakikatnya ialah perencanaan

(*planning*) dan manajemen (*management*) agar meraih sebuah capaian, kendati demikian guna meraihnya, strategi bukan berfungsi sebagai peta jalan cuma menentukan arah saja, namun dituntut berdaya menghasilkan bagaimana taktik operasionalnya. Maka dari itu melalui strategi komunikasi sebagai keterpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) beserta manajemen komunikasi (*communication management*) agar meraih capaian yang direncanakan. Strategi komunikasi dituntut agar berdaya menghasilkan terkait bagaimana operasionalnya secara praktis, harus dilaksanakan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Cangara, Hafied. 2013: 64). Keterkaitan hubungan antara perencanaan komunikasi, manajemen komunikasi dan strategi komunikasi memang seringkali mengacaukan, terutama jika ditanyakan lebih dulu yang mana antara perencanaan komunikasi, strategi komunikasi atau manajemen komunikasi. Dan hubungan antara ketiga konsepnya dapat dilihat gambar berikut :



Gambar 1.1 Penjabaran Perencanaan Komunikasi

Dalam fokus penelitian ini mengenai strategi komunikasi, terdiri dari dua paduan yaitu, manajemen komunikasi dan perencanaan komunikasi. Perencanaan merupakan suatu dasar dari fungsi lain dalam manajemen untuk melakukan penyusunan langkah-langkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Melakukan perencanaan tadi merupakan suatu kegiatan mempersiapkan segala kebutuhan, memperhitungkan matang-matang apa saja yang menjadi kendala, dan merumuskan apa saja kegiatan yang akan dilakukan. Sedangkan perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak hanya mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang

untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi (Cangara, 2013, hal. 45). Menurut Wahyudi (2010) sebuah perencanaan komunikasi harus cermat dan tepat dalam menentukan siapa berbicara apa pada siapa melalui apa. Tahapan perencanaan komunikasi pada dasarnya terdiri dari: (1) Identifikasi masalah komunikasi, (2) Perumusan tujuan komunikasi, (3) Penetapan rencana strategis, (4) Penetapan rencana operasional, (5) Penyusunan rencana evaluasi, dan (6) Merencanakan rekomendasi. Middleton (1980) menyiratkan jika "Strategi komunikasi ialah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media, penerima pesan, sampai efek yang dirancang mencapai tujuan komunikasi optimal." (Cangara, Hafied. 2014). Terdapat 3 Tujuan dari strategi komunikasi menurut R. Wayne, Brent D. Peterson dan M. Dallas di bukunya berjudul *Techniques for Effective Communication* :

- a. *To secure understanding*, ialah agar meyakinkan komunikan dapat mengerti pesan yang telah diterima.
- b. *To establish acceptance*, ialah jika komunikan telah dapat mengerti dan menerima pesan, maka penerima pesan tersebut harus terbina.
- c. *To motivate action*, ialah pasca mendapat pesan tersebut maka diperlukan tindakan yang harus dimotivasikan.

Sukses tidaknya aktivitas komunikasi yang efektif pengaruhnya berdasar strategi komunikasi yang telah dirancang. Maka strategi komunikasi secara fungsinya yakni ada makro (*Planned Multimedia Strategy*) ataupun mikro (*single communication medium strategy*) di antaranya yakni :

- a. Penyerbaluasan pesan komunikasi yang bersifat informatif, pesan persuasif, dan instruktif secara sistematis pada sasaran agar meraih capaian optimal.
- b. Memperantarai "Kesenjangan budaya" (*cultural group*) akibat kemudahan didapatinya dan kemudahan dijalankannya media massa yang begitu ampuh, yang apabila didiamkan justru berdampak buruk pada nilai-nilai budaya. (Nurhang, 2020).

Hafied Cangara dalam bukunya (Cangara, Hafied. 2014), Berikut adalah beberapa bentuk strategi komunikasi menurutnya :

- a. Komunikasi Verbal & Non-Verbal: Verbal ialah penyampaian pesan secara langsung memerlukan penggunaan lisan. Sedangkan Non-Verbal melibatkan

ekspresi wajah, gerakan tubuh, sikap, dan elemen non-verbal lainnya untuk menyampaikan pesan.

- b. Komunikasi Formal dan Informal: Formal berkaitan dengan aturan dan struktur komunikasi yang jelas, seperti rapat resmi dan surat resmi. Lalu informal adalah komunikasi yang tidak terikat oleh aturan tertentu, seringkali lebih santai dan bersifat *personal*.
- c. Komunikasi Interpersonal dan Kelompok: Interpersonal yakni Komunikasi antara dua individu. Lalu kelompok melibatkan lebih dari dua orang dalam suatu percakapan atau interaksi.
- d. Komunikasi Instruksional: Mencakup penggunaan bahasa dan pesan yang bersifat instruksi seperti petunjuk panduan atau arahan.
- e. Komunikasi Motivasi: Bertujuan untuk memotivasi atau menginspirasi orang agar mencapai tujuan tertentu.
- f. Komunikasi Persuasif: Aktivitas yang mempengaruhi orang lain melalui argumen dan bujukan yang meyakinkan.
- g. Komunikasi Informatif: Menyampaikan informasi dengan jelas dan akurat tanpa upaya mempengaruhi atau meyakinkan.
- h. Komunikasi Pemberdayaan (*Empowerment*): Mendorong orang lain untuk mengembangkan potensinya & merasa lebih kuat dalam mengambil keputusan.
- i. Komunikasi Konflik: Menangani konflik melalui komunikasi yang efektif dan komunikasi yang mampu melakukan pemecahan masalah.

2. Tahapan Perumusan Strategi Komunikasi

Diperlukanya hal-hal dalam perumusan strategi komunikasi guna mencapai tujuan jelas serta adanya perhitungan dari segi keadaan maupun kondisi khalayak. Berikut langkah-langkah dalam pengenalan khalayak maupun sasaran dijabarkan oleh Suprpto, yaitu :

a. Mengenal Khalayak

Langkah pertama komunikator mencapai komunikasi efektif yaitu mengenal khalayak. Adanya saling mempengaruhi antara komunikator dan komunikan. Dengan demikian, komunikasi terjalin sebab adanya persamaan kepentingan.

b. Menyusun Pesan

Langkah kedua yaitu menyusun pesan dengan menentukan tema dan materi. Dalam mempengaruhi khayalak terdapat syarat utama yaitu komunikator

mampu membangkitkan perhatian komunikan. Dengan *attention to action procedure* yang berarti dalam membangkitkan perhatian (*attention*), kemudian menggerakkan individu maupun kelompok dengan banyak orang dalam melaksanakan kegiatan berdasarkan tujuan yang telah dirumuskan

c. Menetapkan Metode

Terdapat dua aspek metode penyampaian yang dipergunakan dalam komunikasi, yaitu :

- 1) Dari cara pelaksanaan serta bentuk isinya bahwa komunikasi dilihat dari sisi pelaksanaan tanpa melihat isi pesan yang terkandung di dalamnya.
- 2) Komunikasi dinilai dari isi pesan yang terkandung maknanya. Dengan begitu, metode yang pertama dilihat dari cara pelaksanaan dengan bentuk *redundancy* dan *canalizing*. Adapun metode kedua dilihat dari isi pesan, ia dikenal sebagai metode informatif, persuasif, deduktif dan koersif.

d. Seleksi & Penggunaan Media

Penggunaan media sebagai alat penyalur ide, dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat adalah suatu keharusan. Ia berfungsi sebagai alat penyalur juga mempunyai fungsi yang kompleks. Selain harus berpikir dalam jalani faktor-faktor komunikasi juga relevansinya pada situasi sosial-psikologis, harus diperhitungkan dikarenakan adanya kemampuan dan kelemahan tersendiri sebagai alat komunikasi.

e. Hambatan Komunikasi

Hambatan dalam komunikasi tidak lepas dari kesalahpahaman yang terjadi karena adanya perbedaan bahasa saat diucapkan dengan yang diterima. Di sisi lain perbedaan pendapat dan gagasan juga memengaruhi kelancaran dalam komunikasi antara komunikator dan komunikan. (T, Suprpto. 2011).

Saat fase merancang strategi atau metode komunikasi, komunikator harus mengerti 3 langkah pembentukannya, yakni pertama terkait pesan, selanjutnya mengetahui kepribadian khalayak (*contact point*) dan terakhir merancang skema. (Adji Watono & Maya C. Watono. 2011).

a. Pesan (*Message*)

ialah informasi yang dimaksudkan untuk dikomunikasikan sebagai bagian dari ide atau gagasan yang akan didistribusikan. Hal ini sebagai pokok kampanye komunikasi dari komunikator. Pesan memiliki hal yang bisa diartikan sebagai ide, sentimen, atau anggapan ter-encode dari penyalur

atau ter-decode oleh pihak pemeroleh. Pesan biasanya berupa simbol, indikasi, pertanda, & gabungan keseluruhan, serta berdaya guna untuk stimulus yang memungkinkan penerima untuk mendapatkan tanggapan atau alih-alih direspon oleh penerima. A.W. Widjaya dan M. Arisyk Wahab berpendapat, ia menerangkan jika pesan sendiri memiliki 3 jenis paling awal ialah informatif yang berfungsi untuk menghadirkan pencerahan melalui fakta dan data setelah itu, komunikan dapat membuat suatu kesimpulan yang didapatinya dan mengambil keputusannya sendiri. Selanjutnya Persuasif, Dimaknai sebagai bujukan, tujuannya agar mengoptimalkan pemahaman serta kognisi setiap insan. Ketiga Koersif, Seorang Komunikan, sebaiknya juga mengerti jenis pesan, bertujuan supaya pesan dapat terealisasi. Selanjutnya, Ada etiket berdasar pemahaman bersinergi satu sama lain. Terakhir, memukau perhatian animo atau pihak pemeroleh & terwujudnya kepuasan. (Suryanto. 2015).

b. Mengidentifikasi Khalayak (*Contact Point*)

Dimana komunikan mewujudkan gerak berikutnya saat pembentukan strategi komunikasi. Sebab demi mengidentifikasi khalayak dapat membentuk komunikan mengerti akan karakter serta polahnya (Adji Watono & Maya C. Watono. 2011). Baik khalayak ataupun komunikan pun dapat dianggap sama terkait pada *audiens*, sasaran, penerima, *decoder*, dan publik. Dalam prosesnya, Komunikan sebagai sasaran penerima pesan saat proses komunikasi. Tiga jenis komunikan atau penerima pesan yang masing-masing berbeda sesuai jenisnya. Pertama itu personal, ini ditujukan pada satu sasaran dan dapat berupa tukar pikiran atau lainnya. Selanjutnya Komunikasi yang ditujukan ke kelompok tertentu, ia berupa pemberian arahan di pertemuan ringkas atau dikenal *briefing*, ceramah, penyuluhan, indoktrinasi dan lainnya. Terakhir saat dimana sasaran komunikasi diarahkan ke media massa. (Suryanto. 2015).

c. Membuat Program

Berikutnya ialah menciptakan program yang sesuai. Ada banyak cara untuk menyampaikan pesan seperti periklanan (*Advertising*), *Promotion below the line* contohnya *event & sponsorship*, diseminasi secara langsung (*Personal Selling*) dan Pemasaran daring (media sosial). (Adji Watono & Maya C. Watono. 2011).

3. Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi adalah gabungan antara konsep komunikasi dan prinsip-prinsip manajemen yang diterapkan dalam berbagai konteks komunikasi. Secara umum, manajemen merujuk pada proses mengelola pekerjaan melalui perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan kepemimpinan. Sementara itu, komunikasi diartikan sebagai proses interaksi antara individu atau kelompok untuk menyampaikan dan menerima informasi dalam rangka menjalin hubungan dengan orang lain. Dengan demikian, manajemen komunikasi dapat dipahami sebagai cara mengelola proses komunikasi dalam hubungan antar individu atau kelompok dalam berbagai konteks komunikasi. Beberapa ahli berpendapat mengenai pengertian manajemen komunikasi dari menurut Michael Kaye (1994) manajemen komunikasi adalah cara orang mengelola proses komunikasi mereka dengan orang lain dalam berbagai situasi, seperti komunikasi interpersonal, kelompok, atau massa. (Riinawati. 2019). Sementara itu, Parag Diwan (1999) mendefinisikan manajemen komunikasi sebagai penggunaan sumber daya komunikasi secara terkoordinasi melalui perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Secara keseluruhan, manajemen komunikasi meliputi perencanaan dan pengelolaan komunikasi dalam berbagai situasi untuk memastikan efektivitas interaksi dan pencapaian tujuan yang diinginkan. (Hasmawati. 2018). Berdasarkan pemahaman diatas Secara keseluruhan, manajemen komunikasi mencakup perencanaan dan pengelolaan komunikasi dalam berbagai situasi untuk memastikan efektivitas interaksi dan pencapaian tujuan yang diinginkan. Menurut Riinawati (2019) menjelaskan bahwa manajemen komunikasi memiliki dua fungsi utama, yaitu menyamakan persepsi di antara anggota dalam organisasi dan memotivasi anggota untuk bertindak sesuai dengan informasi yang diterima agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi atau instansi. Lalu terdapat empat langkah manajemen komunikasi secara operasional yang mengacu pada pendekatan *Cutlip, Center & Broom's Planning and Management Method's* (Broom, dkk, 2006), yakni: Pertama mendefinisikan masalah. Ini melibatkan penyelidikan terhadap pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku pihak-pihak terkait yang dipengaruhi oleh kebijakan dan tindakan organisasi, Kedua perencanaan dan pemrograman. Berdasarkan informasi yang terkumpul pada langkah pertama, keputusan dibuat tentang program publik, strategi, tujuan, tindakan, taktik, dan

sasaran komunikasi. Ketiga langkah ini melibatkan implementasi program aksi dan komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu pada setiap kelompok publik. Keempat mengevaluasi program melakukan riset terhadap persiapan, implementasi, dan hasil program. Penyesuaian dilakukan berdasarkan umpan balik untuk pastikan keberhasilan program. (Hairin, Tarifu, Husain. 2019).

4. Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Pemilu

a. Pemilih Pemula

Pemilih pemula atau *first time voters* seringkali dikenal sebagai warga negara yang berdasarkan ketentuan perundang-undangan telah memenuhi syarat sebagai pemilih, yang untuk pertama kalinya menggunakan hak pilih pada suatu pemilihan umum (pemilu nasional atau pilkada). Pemilih pemula terdiri atas kalangan pelajar dan mahasiswa yang berada dalam rentang usia antara 17-22 tahun (dihitung berdasarkan pelaksanaan pemilu 5 tahunan), juga termasuk kalangan muda yang berada dalam rentang usia tersebut; warga negara yang sudah/pernah menikah meski usianya belum mencapai 17 tahun, dan para pensiunan TNI/Polri. (Sutisna, 2017). Secara politik, pemilih pemula merupakan kelompok yang baru pertama kali menggunakan hak pilihnya. Dalam hal ini, orientasi politik pemilih pemula sering kali dinamis dan bisa berubah-ubah mengikuti kondisi dan faktor yang mempengaruhinya. Akan tetapi, suara pemilih pemula ini juga menjanjikan dalam pemilihan umum. Setiap peserta pemilihan umum memiliki kesempatan untuk mendapatkan keuntungan suara pemilih pemula. (Nur Wardhani, 2018). Sejalan hal tersebut kategori ini merupakan dimana ia memiliki pengaruh pada kehidupan berdemokrasi, walaupun skalanya selalu meningkat, potensi kapasitas kategori tersebut cukup menggambarkan hal yang dapat berpengaruh pada efek pemilihan. Kategori tersebut dominan dipenuhi dari kalangan pelajar baik ditingkat sekolah menengah atas (SMA) hingga Mahasiswa, Dan oleh sebab itu problematikan berkaitan kategori pemilih tersebut, perlu untuk diberikan perhatian lebih. Karena, selama ini ada anggapan sebagai kelompok kategori yang mudah terpengaruh. Maka dari ini di kala pemilihan umum 2024 berlangsung kategori pemilih pemula tak cuma dianggap remeh, justru butuh siasat yang lebih jelas mengingat. Usia pelajar kini beredar di skala umur 17-18 tentu ini ialah ia berada di pendidikan menengah atas (SMA) maka

tergolong pada kategori pemula dalam kalangan pemilih pemula berlandaskan Undang-undang nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 198 ayat 1 mengatur bahwa warga negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara genap berumur 17 tahun atau sudah pernah kawin, mempunyai hak memilih dalam pemilihan umum. (Bawaslu Jateng. 2023). Eksistensi pemilih kategori pemula bila ditelisik lebih jauh ia sebagai kelompok yang memiliki pengaruh untuk dapat mengamankan disetiap kebijakan yang diambil, dari skema strategi agar meraih keadaan fundamental maka musti dicapai dari kandidat kontestan yang hendak ikut serta dalam kebijakan yang akan diambil. Mengingat kategorinya, dominan remaja menuju dewasa, yang cenderung suka nilai budaya kearah bebas dan santai, lebih suka sesuatu yang tidak formal, dan mencari kepuasan, sehingga kebanyakan menghindari sesuatu yang tidak menyenangkan. Pemilih berkategori pemula ini terdiri siswa, mahasiswa, & pekerja muda. (Daulay, Khairatun Uma. 2021).

b. Tingkat Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu

Partisipasi pemilih pemula dalam pemilu merupakan bagian integral dari partisipasi politik, yang memiliki peran vital dalam kehidupan demokrasi. McClosky (1972), *“The term ‘political partisipation’ will refer to those voluntary activities by which members of a society share in the selection of rulers and, directly or indirectly, in the formation of public policy.”* (Partisipasi politik sebagai aktivitas sukarela yang memungkinkan anggota masyarakat berperan dalam pemilihan penguasa dan, baik secara langsung maupun tidak langsung, mempengaruhi pembentukan kebijakan publik). Sementara itu, menurut Miriam Budiarjo (dalam Cholisin 2007:15), partisipasi politik merujuk pada keterlibatan individu atau kelompok dalam kehidupan politik, seperti memilih pemimpin negara, serta berkontribusi pada pembentukan kebijakan publik. Bentuk-bentuk partisipasi ini bisa berupa memberikan suara, menghadiri rapat umum, menjadi anggota partai politik atau kelompok kepentingan, serta menjalin kontak dengan pejabat pemerintah atau anggota legislatif. Pada umumnya, negara demokrasi menganggap semakin tingginya partisipasi masyarakat sebagai hal yang positif, karena mencerminkan bahwa warga negara tidak hanya mengikuti perkembangan politik tetapi juga ingin berperan aktif dalam aktivitas politik. Sebaliknya, rendahnya partisipasi dianggap sebagai indikasi kurangnya perhatian

terhadap isu-isu kenegaraan (Miriam Budiardjo, 2008:369). Almond, yang dikutip oleh Mohtar Mas'ood (2011:57-58), membagi partisipasi politik menjadi dua kategori utama: partisipasi politik konvensional dan non konvensional. Partisipasi politik konvensional mencakup kegiatan seperti memberikan suara, berdiskusi politik, kampanye, bergabung dengan kelompok kepentingan, dan berkomunikasi langsung dengan pejabat politik. Sementara itu, partisipasi politik non-konvensional mencakup tindakan lebih ekstrem seperti petisi, demonstrasi, konfrontasi, pemogokan, serta bentuk kekerasan politik terhadap properti atau individu, termasuk pengrusakan, pembakaran, dan penculikan. Bagi pemilih pemula, bentuk partisipasi yang lebih umum dilakukan meliputi diskusi politik, ikut serta dalam kampanye ataupun memberikan suara di pemilu, berpartisipasi pada demonstrasi atau aksi protes, serta menyebarkan informasi terkait pemilu. Tingkat partisipasi pemilih pemula pada pemilu selalu menjadi sorotan sebab beragam. Di ranah pemilih pemula sendiri masih ada yang tidak mengaplikasikan haknya agar turut serta berikan suara terkhusus di Yogyakarta. Kendati demikian berdasar keseluruhan pemilih berkategori pemula yang dikelola KPU DIY mencapai 24.958 partisipan. Lantas 5.989 partisipan yang hanya berikan hak suara serta sekitar 18.969 tidak turut berikan haknya. Kejadianya seringkali dianggap sebagai sebutan (Golput) yakni golongan putih. Penyebabnya adalah tingkat kognisi atau pemahamannya serta kesadaran dengan pentingnya pemilihan umum terbilang kurang. Hal tersebut berdampak pada anggapan bahwa selama ini tingkat partisipasi pemilih pemula perlu dijarang. (Daulay, Khairatun Uma. 2021). Terpaut saat partisipasi dikala kampanye, dimana ia lebih sering aktif kala pemungutan dan penghitungan suara di pemilu. Keaktifannya tampak diawali sejak hadir di lokasi tempat pemungutan suara (TPS) tepat waktu serta mendorong pemilih lain agar ikut terlibat. Sedangkan keterlibatannya agar sebagai saksi salah satu pasangan calon cenderung berwujud keterlibatan yang termobilisasi. Totalitasnya, dalam keterlibatannya sebagai pemilih kategori pemula saat fase kampanye dan fase pemungutan atau perhitungan suara cenderung mengarah keterlibatan yang termobilisasi selama pemilu ini. Pemilih pemula lebih condong aktif apabila diajak individu lainnya, kala saat terlibat kampanye menonton debat calon, ataupun kritisi pemilu. (Beniman dkk. 2022). Menurut *Centre for Strategic and*

International Studies (CSIS) menyatakan, persentase keterlibatan pemilih kategori muda atau pemula di dalam negeri telah meningkat sejak Pemilu 2014 ke Pemilu 2019. Terabadikan, sebesar 85,9% responden telah memilih di Pemilu 2014. Selain itu, sebesar 11,8% menyatakan tak ikut serta dan 2,3% tak menjawab. Tatkala, di Pemilu 2019 tingkat pemilih alami akumulatif. Sebesar 91,3% responden menyatakan ikut serta pada Pemilu 2019, lalu sekitar 8% tak mengikuti, dan 0,7% tak menjawab. Walaupun demografi pemilih dalam negeri kini dominan dipenuhi kawula muda rentang umur 17-39 tahun. Pada Pemilu 2024, sekitar 60% pemilih muda di estimasikan akan menjadi pemilih mayoritas. Hasil surveinya dijalankan CSIS secara wawancara tatap muka dengan 1.192 orang di 34 provinsi Indonesia pada 8–13 Agustus 2022. Mereka berumur kisaran 17 - 39 tahun kala survey dilakukan. Pengaplikasian sampel dilakukan memakai pendekatan *multistage random sampling*, dengan *margin of error* sekitar 2,84% di skala kepercayaan 95%. Terlepas dari semua itu mengingat pada pemilu terbaru yang dilaksanakan 14 Februari 2024. Telah terjadinya pergeseran pesat juga cukup memberikan pengaruh pada tingkat partisipasi pemilih pemula di masa sekarang. Karena Menurut Kadir (2022) dalam tulisanya “Media Sosial dan Politik Partisipatif: Suatu Kajian Ruang Publik, Demokrasi bagi kaum Milenial & Gen Z” menjelaskan bahwa semangat demokrasi telah melebar dari ranah ruang publik ke *virtual*. Terminologi "ruang publik" telah berubah dari semula konsep yang hanya sebagai tempat saat orang berkumpul maupun berinteraksi secara fisik. Kini sekarang mengacu sebuah ruang *virtual*, Kemunculan ruang publik *virtual* telah meningkatkan proses demokratisasi.

c. Persoalan Penyebab Mempengaruhi Partisipasi Pemilih Pemula

Kini posisi pemilih pemula diemban oleh Gen Z sebuah kelompok generasi yang menurut Badan Pusat Statistik (BPS) selaku pihak merilis data statistik yang mengungkapkan komposisi penduduk Indonesia berdasarkan kelompok umur. Data ini merupakan hasil rilis dari sensus penduduk 2020. Termuat bahwa Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 mendominasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi. (Goodstats. 2023). Kelompok ini juga lekat tersentuh modernisasi teknologi informasi serta amat handal kala penggunaan saran serta jejaring media sosial lantas keterbukaanya mendalami sesuatu yang baru, mandiri dan juga kritis.

Mengingat ia berperan penting sebab diprediksi akan menjadi kelompok yang besar untuk pemenangan pemilu, sehingga tidak selayaknya untuk dilewatkan atau diabaikan kala Pemilu serta seharusnya dirangkul sebab ada kemungkinan merupakan sebuah kesempatan agar meraih kemenangan saat pemilu kala suaranya bisa dirangkul otoritas politik. Orientasinya seringkali dinamis tergantung kondisinya serta faktor yang mempengaruhinya. Ia sebagai segmen menjanjikan dari sisi kuantitas. (Liandini, Prilla. 2020). Tidak mengherankan jika segmen pemilih pemula memiliki ragam persoalan penyebab yang dapat mempengaruhi partisipasinya dalam pemilihan umum 2024, seperti persoalan syarat administrasi yang cenderung ribet akibat belum dilakukannya perekaman maupun pencetakan e-KTP, atau tidak mempunyai e-KTP dihari pemilu 14 Februari 2024. Mengingat syarat perekaman, penerbitan, dan pemberian e-KTP dapat dilakukan saat ia berusia 17 tahun dihari tersebut. Lalu di Pasal 348 UU No. 7 tahun 2017 mengenai Pemilu menjelaskan jika KTP elektronik (KTP-E) sebagai ketentuan resmi harus dimiliki agar dapat melangsungkan hak pilih. Di UU No. 7 tahun 2017 mengenai Pemilu terkait Daftar Pemilih Tambahan (DPTb) maupun pemilih teregistrasi pada DPT di TPS tertentu saat bilamana keadaanya mendesaknyanya agar tak bisa pakai haknya di TPS tempat yang bersangkutan terdaftar dan memberikan suara di TPS lain. Ketentuannya mengatakan, perlu memperlihatkan e-KTP maupun Surat Keterangan (Suket) dan salinan bukti sudah teregistrasi sebagai Pemilih dalam DPT di TPS asal dengan menggunakan formulir Model A.A.1- KPU (PKPU No. 11 tahun 2018, Pasal 37 ayat 1). Akibat persoalan tersebut menyebabkan tidak sedikit pula pemilih pemula ini tak berkesempatan memberikan haknya dalam pemilihan. Selain itu, pemilih pemula sering dipersuasi, dimobilisasi, didekati dan lainnya agar berkenan menjejaki kampanye. Kedua, sering digunakan sebagai komoditas politik belaka demi meningkatkan popularitas dan elektabilitas kontestan. Ketiga, penyakit emosional dan labilitas. Ia berada di antara euforia politik dan apatis politik dalam konteks Pemilu. Di satu sisi, mereka sangat tertarik untuk mengetahui tentang Pemilu, terutama melalui media sosial. Namun, antusiasisme tidak selalu sebanding dengan tindakan politiknya. Banyak diantaranya melakukan tindak “Golput” (Azirah. 2019).

G. Metode Penelitian

1. Jenis & Pendekatan Penelitian

Penelitian ini tersusun dalam rancangannya agar dapat mengetahui. Strategi Komunikasi dari Komisi Pemilihan Umum Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) Dalam Meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024. Oleh sebab itu jenis riset yang dipakai mengacu pada riset lapangan (*field research*) berjenis kualitatif. (Lexy J. Moleong, 2007). Skema riset terpakai yakni memakai studi kasus. Studi kasus ialah eksplorasi mendalam dari sistem yang terkait serta mengacu pada pengumpulan data lebih kompleks. (Muh. Fitrah & Luthfiyah, 2017). Studi kasusnya mengenai Strategi Komunikasi yang hendak dilakukan Komisi Pemilihan Umum Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY). Pertama, capaian riset ini ialah guna memahami lebih jauh terkait mekanisme Strategi Komunikasi dari Komisi Pemilihan Umum Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) Dalam Meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024. Kedua guna terpenuhinya preferensi bahwa studi kasus digunakan ketika pertanyaan “bagaimana” diajukan terhadap sebuah berbagai peristiwa kontemporer kala peneliti tak miliki kendali tersebut. Kendati demikian inti problematika utama studi ini yang dirumuskan dalam bentuk “bagaimana”, hal ini menyiratkan jika risetnya ini memiliki tujuan guna menjawab pertanyaan “bagaimana” Strategi Komunikasi dari Komisi Pemilihan Umum Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) Dalam Meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024. Ketiga, riset ini diharapkan dapat memahami “*realitas close-up*” serta agar terilhami sebuah deskripsi lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi seperti apakah yang dipakai KPU demi meningkatkan pemilih pemula Generasi Z pada Pemilu 2024 di Daerah Istimewa Yogyakarta. Serta bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya secara menyeluruh dan menggunakan deskripsi berbentuk kata-kata. Penelitiannya memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2007:6).

2. Waktu & Lokasi Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal di keluarkannya ijin penelitian. Sedangkan lokasi riset di KPU Daerah Istimewa Yogyakarta Jl. Ipda Tut Harsono No.47, Muja Muju, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55165.

3. Narasumber Penelitian

Peneliti memilih dengan layak mengenai narasumber menggunakan teknik purposive sampling. Bernilai representatif untuk diteliti berdasarkan pertimbangan peneliti dengan kualitas yang peneliti tentukan. Tertuju pada Ketua Divisi Sosialisasi Pendidikan Pemilih Partisipasi Masyarakat & SDM. selaku komisioner KPU DIY sebagai narasumber dalam penelitian ini.

4. Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan di riset ini dalam pengumpulannya terdapat data primer, dan data sekunder sebagai pembanding.

a. Data Primer (Utama)

ialah informasi data dihimpun secara nyata di lapangan yang dilakukan oleh peneliti. Serta di penelitian ini, Narasumbernya dari KPU Daerah Istimewa Yogyakarta di wawancara terkait strategi komunikasi KPU DIY dalam meningkatkan pemilih pemula Gen Z pada pemilu 2024 dan informan penelitian yakni penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta kisaran usia 17-20 tahun dengan latar belakang siswa-siswi sekolah dan mahasiswa yang pertama kali mengikuti pemilu di 2024 ini bermaksud sebagai untuk mengetahui umpan balik atau *feedback* terhadap strategi komunikasi yang dilakukan KPU Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuannya untuk mendapatkan informasi serta mengenal dan menilai terkait konteks yang diteliti termasuk hal-hal yang tidak didapatkan saat observasi.

b. Data Sekunder (Pembanding)

ialah himpunan data yang menunjang data primer melalui proses bersumber dari literatur relevan seperti buku, penelitian terdahulu, jurnal terkait yang relate dan dokumen yang dapat menunjang lainnya.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Menurut Imam Gunawan, "Wawancara dalam penelitian kualitatif adalah percakapan yang memiliki tujuan dan dimulai dengan beberapa pertanyaan informal". Penelitian menggunakan wawancara terstruktur, yakni daftar pertanyaan telah ditetapkan sebelumnya dan mengajukan serangkaian pertanyaan kepada informan berdasarkan kategori jawaban tertentu. Wawancara akan dilakukan ke narasumber penelitian, yaitu Ketua Divisi Sosialisasi Pendidikan Pemilih Partisipasi Masyarakat & SDM. selaku

perwakilan yang ditunjuk Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) dan Informan penelitian yakni penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta kisaran berusia 17-20 tahun dengan latar belakang siswa-siswi sekolah dan mahasiswa yang belum pernah mengikuti pemilu serta baru terdaftar dalam pemilu tahun 2024.

b. Observasi

Menurut Herdiyanto (2016), observasi merupakan proses mengamati dengan teliti dan sersusun mengenai konteks yang dituju. Observasi ialah teknik pengumpulan data yang di sengaja dan terstruktur dengan pengamatan dan penilaian terhadap konteks yang diselidiki. Observasi bertujuan untuk mendapatkan gambar dari fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti mengobservasi bagaimana strategi komunikasi.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang ada. Tujuannya digunakan untuk mendukung informasi yang diperoleh, seperti foto kegiatan, arsip, foto media massa, dan data yang diperoleh dari konsumen. Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi disebut data sekunder. (Hardani, 2020: 149).

6. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:89) teknik analisis ialah mekanisme mendalami dan menghimpun data yang diterima sebagai hasil pengumpulan data secara sistematis dengan cara pengelompokkan data, membentuk pola dan mengambil kesimpulan. Analisis data sebelum, saat, dan setelah penelitian lapangan merupakan teknik analisis yang dipakai pada penelitian ini melalui tingkatan reduksi data, penyajian data, verifikasi, dan uji kredibilitas data yang didapat dari berbagai sumber. Setelah menganalisis data, peneliti akan memperoleh sebuah kesimpulan yang valid.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN KPU DIY

A. Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta

1. Profil Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta



DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Gambar 2.1 Logo Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta

Dikutip dari laman diy.kpu.go.id Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta adalah lembaga penyelenggara pemilu di tingkat provinsi yang bertugas mengkoordinasikan penyelenggaraan Pemilu dan Pemilihan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kantor KPU DIY terletak di Jalan Aipda Tut Harsono No 47 Yogyakarta. Jumlah anggota KPU DIY lima orang, terdiri atas seorang ketua merangkap anggota dan empat orang anggota. Dalam menjalankan tugasnya, Komisioner KPU DIY dibantu oleh Sekretariat KPU DIY. Sekretariat KPU DIY dipimpin oleh sekretaris KPU DIY, yang dibantu oleh tiga kepala bagian, 6 kepala sub bagian & para staf terdiri pegawai negeri sipil dan non-pns.



Gambar 2.2 Gedung Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta

Telepon : 0274-558006

Situs Web : <https://diy.kpu.go.id/> & <https://jdih.kpu.go.id/diy>

Email : diy@kpu.go.id

Whatsapp : 081911301775

Instagram : @kpudiy

X (Twitter) : @kpudiy

Youtube : KPU DIY

2. Visi & Misi

Dikutip dari laman diy.kpu.go.id berdasarkan keputusan KPU DIY Nomor 11/HK.03.2-Kpt/34/Prov/VIII/2020 tentang Rencana Strategis KPU DIY tahun 2020-2024. Maka berikut Visi & Misi KPU DIY :

a. Visi

Menjadi Penyelenggara Pemilu Serentak yang Mandiri, Profesional dan Berintegritas.

b. Misi

- 1) Meningkatkan kompetensi penyelenggara Pemilu Serentak dengan berpedoman kepada perundang-undangan dan kode etik penyelenggara Pemilu di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.
- 2) Menyusun produk hukum yang dikeluarkan oleh KPU DIY di bidang Pemilu Serentak, yang memberikan kepastian hukum, progresif, dan partisipatif.
- 3) Meningkatkan kualitas penyelenggaraan Pemilu Serentak yang efektif dan efisien, transparan, akuntabel, serta aksesibel di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.
- 4) Mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam menyelenggarakan Pemilu Serentak di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.
- 5) Meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilih dalam Pemilu Serentak di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.
- 6) Meningkatkan kualitas pelayan Pemilu Serentak untuk seluruh pemangku kepentingan yang berhubungan dengan Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Tugas Wewenang & Kewajiban KPU DIY

Dikutip dari laman diy.kpu.go.id mengenai tugas, wewenang dan kewajiban KPU DIY berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 adalah sebagai berikut :

a. Tugas KPU DIY

- 1) Menjabarkan program dan melaksanakan anggaran.
- 2) Melaksanakan semua tahapan penyelenggaraan Pemilu di provinsi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- 3) Mengkoordinasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan tahapan penyelenggaraan Pemilu yang dilaksanakan oleh KPU Kabupaten/Kota.
 - 4) Menerima daftar pemilih dari KPU Kabupaten/Kota & menyampaikannya pada KPU.
 - 5) Memutakhirkan data pemilih berdasarkan data Pemilu terakhir dengan memperhatikan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh Pemerintah dan menetapkannya sebagai daftar pemilih.
 - 6) Merekapitulasi hasil penghitungan suara Pemilu Anggota DPR dan Anggota DPD serta Pemilu Presiden dan Wakil Presiden di provinsi yang bersangkutan dan mengumumkannya berdasarkan berita acara hasil rekapitulasi penghitungan suara di KPU Kabupaten/Kota.
 - 7) Membuat berita acara penghitungan suara serta membuat sertifikat penghitungan suara & wajib menyerahkannya kepada saksi Peserta Pemilu, Bawaslu Provinsi, KPU.
 - 8) Mengumumkan calon anggota DPRD Provinsi terpilih sesuai dengan alokasi jumlah kursi setiap daerah pemilihan di provinsi yang bersangkutan dan membuat berita acaranya.
 - 9) Melaksanakan putusan Bawaslu dan Bawaslu Provinsi.
 - 10) Menyosialisasikan penyelenggaraan Pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU Provinsi kepada masyarakat.
 - 11) Melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan penyelenggaraan Pemilu.
 - 12) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh KPU dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b. Wewenang KPU DIY
- 1) Menetapkan Jadwal Pemilihan Umum di tingkat Provinsi.
 - 2) Menetapkan dan mengumumkan hasil rekapitulasi penghitungan suara Pemilu Anggota DPRD Provinsi berdasarkan hasil rekapitulasi di KPU Kabupaten/Kota dengan membuat berita acara penghitungan suara dan sertifikat hasil penghitungan suara.
 - 3) Menerbitkan keputusan KPU Provinsi untuk mengesahkan hasil Pemilu Anggota DPRD Provinsi dan mengumumkannya.
 - 4) Menjatuhkan sanksi administratif dan/atau menonaktifkan sementara anggota KPU Kabupaten/Kota yang terbukti melakukan tindakan yang

mengakibatkan terganggunya tahapan penyelenggaraan Pemilu berdasarkan putusan Bawaslu, putusan Bawaslu Provinsi, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.

- 5) Melaksanakan wewenang lain yang diberikan oleh KPU dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.

c. Kewajiban KPU DIY

- 1) Melaksanakan semua tahapan penyelenggaraan Pemilu dengan tepat waktu.
- 2) Memperlakukan peserta Pemilu secara adil dan setara.
- 3) Menyampaikan semua informasi penyelenggaraan Pemilu kepada masyarakat.
- 4) Melaporkan pertanggungjawaban penggunaan anggaran sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 5) Menyampaikan laporan pertanggungjawaban semua kegiatan penyelenggaraan Pemilu kepada KPU.
- 6) Mengelola, memelihara, dan merawat arsip/dokumen serta melaksanakan penyusutannya berdasarkan jadwal retensi arsip yang disusun oleh KPU Provinsi dan lembaga kearsipan provinsi berdasarkan pedoman yang ditetapkan oleh KPU dan Arsip Nasional Republik Indonesia.
- 7) Mengelola barang inventaris KPU Provinsi berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 8) Menyampaikan laporan periodik mengenai tahapan penyelenggaraan Pemilu kepada KPU dan dengan tembusan kepada Bawaslu.
- 9) Membuat berita acara pada setiap rapat pleno KPU Provinsi yang ditandatangani oleh Ketua dan Anggota KPU Provinsi.
- 10) Melaksanakan putusan Bawaslu dan/atau putusan Bawaslu Provinsi.
- 11) Menyediakan dan menyampaikan data hasil Pemilu di tingkat provinsi.
- 12) Melakukan pemutakhiran dan memelihara data pemilih secara berkelanjutan dengan memperhatikan data kependudukan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 13) Melaksanakan putusan DKPP.
- 14) Melaksanakan kewajiban lain yang diberikan oleh KPU dan atau ketentuan peraturan perundang-undangan.

4. Struktur Organisasi KPU DIY



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan tabel diatas, yakni struktur organisasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta Periode 2023-2028 yang didapatkan pada laman diy.kpu.go.id yang menjadi landasan acuan yakni pada Peraturan KPU Nomor 14 Tahun 2020 tentang Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal Komisi Pemilihan Umum, Sekretariat Komisi Pemilihan Umum Provinsi, dan Sekretariat Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, Peraturan KPU Nomor 3 Tahun 2023, Peraturan KPU Nomor 21 Tahun 2023, Peraturan KPU Nomor 8 Tahun 2019 tentang Tata Kerja Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Provinsi, dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, Peraturan KPU Nomor 3 Tahun 2020, Peraturan KPU Nomor 21 Tahun 2020, Peraturan KPU Nomor 4 Tahun 2021, Peraturan KPU Nomor 5 Tahun 2022, dan Peraturan KPU Nomor 12 Tahun 2023. (Sumber: <http://jdih.kpu.go.id/> 13 Agustus 2024). Maka berikut tugas-tugas pada setiap bagian:

a. Ketua Komisi Pemilihan Umum D.I.Y (Ahmad Shidqi, S.Th.I., M.Hum)

Bertugas sebagai Ketua KPU di tingkat provinsi bertanggung jawab mencakup koordinasi, pengawasan, dan penjaminan pelaksanaan pemilihan yang adil, jujur, dan transparan dalam penyelenggaraan pemilihan umum, baik pemilihan umum legislatif, pemilihan presiden, maupun pilkada. Lalu berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum No 5 Tahun 2022 tentang perubahan keempat atas PKPU No 8 Tahun 2019 tentang tata kerja Komisi

Pemilihan Umum. KPU provinsi dan KPU Kabupaten/kota menyatakan Pasal 23 ayat (1a): *“Dalam hal KPU Provinsi beranggotakan 5 (lima) orang, ketua KPU Provinsi menjadi ketua Divisi Keuangan, Umum, Rumah Tangga, dan Logistik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (3) huruf a”*. Maka Ketua KPU di Tingkat Provinsi bertanggung jawab mengemban tugas sebagai Ketua Divisi Keuangan, Umum, dan Rumah Tangga sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (2) huruf a, Divisi ini mempunyai tugas untuk mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, memantau, supervisi, dan evaluasi terkait dengan kebijakan:

- 1) Administrasi perkantoran, rumah tangga, dan kearsipan.
- 2) Protokol dan persidangan.
- 3) Pengelolaan dan pelaporan Barang Milik Negara.
- 4) Pelaporan dan pertanggungjawaban keuangan.
- 5) Pengusulan peresmian keanggotaan dan pelaksanaan sumpah/janji DPRD Provinsi.

Kemudian juga bertugas mengelola Divisi Perencanaan dan Logistik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (2) huruf d, mempunyai tugas untuk mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, memantau, supervisi, dan evaluasi terkait dengan kebijakan:

- 1) Penyusunan program dan anggaran.
- 2) Perencanaan, pengadaan barang dan jasa, serta distribusi logistik.
- 3) Monitoring, evaluasi, dan pengendalian program dan anggaran.

b. Anggota Komisioner (Sri Surani, S.P.)

Bertugas sebagai Ketua Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat dan SDM. Ia sebagai pemimpin dan pengarah pada divisi ini guna meningkatkan pengetahuan dan partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum. Yang dimana Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (2) huruf b, mempunyai tugas untuk mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, memantau, supervisi, dan evaluasi terkait dengan kebijakan:

- 1) Sosialisasi Kepemiluan.
- 2) Partisipasi masyarakat dan Pendidikan pemilih.
- 3) Publikasi dan Kehumasan.
- 4) Kampanye Pemilu dan Pemilihan.

- 5) Kerja sama antar lembaga.
- 6) Pengelolaan dan penyediaan informasi publik.

Serta mengemban sebagai pemimpin dan pengarah dalam mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia di lingkungan KPU provinsi yakni Divisi Sumber Daya Manusia, Penelitian, dan Pengembangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (2) huruf g, mempunyai tugas untuk mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, memantau, supervisi, dan evaluasi terkait dengan kebijakan:

- 1) Rekrutmen anggota KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota
- 2) Penggantian antarwaktu anggota KPU Provinsi dan anggota KPU Kabupaten/Kota.
- 3) Rekrutmen anggota PPK, PPS, KPPS, PPLN, KPPSLN, petugas pemutakhiran data pemilih, dan petugas pemutakhiran data pemilih luar negeri.
- 4) Pembinaan etika dan evaluasi kinerja sumber daya manusia.
- 5) Pengembangan budaya kerja, tata laksana, dan organisasi.
- 6) Pendidikan dan pelatihan, serta pengembangan sumber daya manusia.
- 7) Penelitian dan pengembangan kepemiluan.

c. Anggota Komisioner (Ibah Muthiah, S.H., M.Si)

Bertugas mengemban sebagai Ketua Divisi Hukum & Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (1) huruf f, mempunyai tugas untuk mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, memantau, supervisi, dan evaluasi terkait dengan kebijakan:

- 1) Penyusunan rancangan peraturan dan keputusan KPU.
- 2) Telaah hukum dan advokasi hukum.
- 3) Penyelesaian pelanggaran administratif, sengketa proses, sengketa hasil Pemilu dan pemilihan, serta permasalahan hukum lainnya di luar masa tahapan Pemilu dan Pemilihan.
- 4) Dokumentasi dan publikasi hukum.
- 5) Pengawasan dan pengendalian internal.
- 6) Penanganan pelanggaran Kode Perilaku, sumpah/janji, dan pakta integritas.

d. Anggota Komisioner (Tri Mulatsih, S.Pd., M.A)

Bertugas mengemban sebagai Ketua Divisi Teknis & Penyelenggaraan maka bertanggung jawab memimpin, mengarahkan dan mengelola Divisi Teknis & Penyelenggaraan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (1) huruf e, mempunyai tugas untuk mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, memantau, supervisi, dan evaluasi terkait dengan kebijakan:

- 1) Penentuan daerah pemilihan dan alokasi kursi.
- 2) Pendaftaran dan verifikasi partai politik calon Peserta Pemilu.
- 3) Pencalonan Peserta Pemilu dan Pemilihan.
- 4) Pemungutan, penghitungan suara, dan rekapitulasi penghitungan suara.
- 5) Penetapan dan pendokumentasian hasil Pemilu dan Pemilihan.
- 6) Pelaporan dana kampanye.
- 7) Penggantian antarwaktu anggota DPR dan DPD.

e. Anggota Komisioner (Moh Zaenuri Ikhsan, S.Ag)

Bertugas mengemban sebagai Ketua Divisi Perencanaan Data & Informasi maka bertanggung jawab memimpin, mengarahkan dan mengelola Divisi Perencanaan Data & Informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (1) huruf c, mempunyai tugas untuk mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, memantau, supervisi, dan evaluasi terkait dengan kebijakan:

- 1) Pemutakhiran dan pemeliharaan data pemilih.
- 2) Sistem informasi yang berkaitan dengan tahapan Pemilu.
- 3) Pengelolaan sarana dan prasarana teknologi informasi.
- 4) Pengendalian informasi.
- 5) Pengelolaan dan pengolahan data hasil Pemilu.

f. Sekretaris Komisi Pemilihan Umum D.I.Y (Tri Tujiana, A.P., M.M)

Mengacu Peraturan KPU RI Nomor 14 tahun 2020 tentang tugas, fungsi, susunan organisasi, dan tata kerja sekretariat jenderal komisi pemilihan umum, sekretariat komisi pemilihan umum provinsi, dan sekretariat komisi pemilihan umum kabupaten/kota. Di Bab III Sekretariat Komisi Pemilihan Umum Provinsi Bagian Kesatu Umum Pada Pasal 193 Sekretariat KPU Provinsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 192 ayat (2) mempunyai tugas:

- 1) Membantu penyusunan program dan anggaran Pemilu.

- 2) Memberikan dukungan teknis administratif.
- 3) Membantu pelaksanaan tugas KPU Provinsi dalam menyelenggarakan Pemilu.
- 4) Membantu pendistribusian perlengkapan penyelenggaraan Pemilu anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.
- 5) Membantu perumusan dan penyusunan Rancangan Keputusan KPU Provinsi.
- 6) Membantu penyusunan laporan penyelenggaraan kegiatan dan pertanggungjawaban KPU Provinsi.
- 7) Membantu pelaksanaan tugas lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Lalu Pada Pasal 194 Sekretariat KPU Provinsi dalam melaksanakan tugas sebagaimana dalam Pasal 193, menyelenggarakan fungsi :

- 1) Penyusunan rencana dan program kerja serta pelaporan kegiatan di lingkungan KPU Provinsi.
- 2) Pemberian dukungan teknis dan administratif penyelenggaraan Pemilu kepada KPU Provinsi.
- 3) Pelaksanaan pengelolaan sumber daya manusia, ketatausahaan, perlengkapan dan kerumahtanggaan, dan pengelolaan keuangan di lingkungan KPU Provinsi dan Sekretariat KPU Provinsi.
- 4) Fasilitasi penyusunan Rancangan Keputusan KPU Provinsi.
- 5) Pelaksanaan pendistribusian perlengkapan penyelenggaraan Pemilu anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.
- 6) Pelaksanaan dokumentasi informasi hukum, hubungan masyarakat, dan kerja sama di bidang penyelenggaraan Pemilu.
- 7) Pelayanan kegiatan pengumpulan, pengolahan, dan penyajian data serta penyusunan laporan kegiatan KPU Provinsi.
- 8) Pelaksanaan fungsi lainnya yang diberikan Ketua KPU Provinsi.

Pada Pasal 195 Sekretariat KPU Provinsi dalam menjalankan tugas dan fungsi sebagaimana dalam Pasal 193 dan Pasal 194, berwenang:

- 1) Mengadakan dan mendistribusikan perlengkapan penyelenggaraan Pemilu berdasarkan norma, standar, prosedur, dan kebutuhan yang ditetapkan oleh KPU.
- 2) Mengadakan perlengkapan penyelenggaraan Pemilu sebagaimana dimaksud dalam huruf a sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 3) Memberikan layanan administrasi, ketatausahaan, dan kepegawaian sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

g. Kabag Keuangan, Umum & Logistik (Bambang Gunawan, S.E, S.T., M.M)

Bertugas mengemban sebagai kepala bagian keuangan, umum dan logistik maka kewajibannya menjalankan instruksi yang diberikan ketua divisi keuangan, umum, rumah tangga, dan logistik serta membantu segala keperluan dibutuhkan pada lingkup keuangan, umum dan logistik. Serta berwenang memberikan instruksi pada kepala sub bagian keuangan dan kepala sub bagian umum dan logistik.

h. Kabag Teknis Penyelenggara Pemilu, Partisipasi Hubungan Masyarakat, Hukum, Dan SDM (Indra Yudistira, S.H)

Bertugas mengemban sebagai kepala bagian teknis penyelenggara Pemilu, partisipasi hubungan masyarakat, hukum, dan sumberdaya manusia maka kewajibannya menjalankan instruksi yang diberikan kepala divisi teknis & penyelenggaraan, ketua divisi sosialisasi pendidikan pemilih partisipasi masyarakat dan SDM, ketua divisi hukum & pengawasan. Untuk mewujudkan segala keperluan dibutuhkan pada setiap aktivitas kerja di lingkup penyelenggara Pemilu, partisipasi hubungan masyarakat, hukum, dan sumberdaya manusia. Dan memiliki kewenangan memberikan instruksi pada kepala sub bagian teknis penyelenggara pemilu, partisipasi hubungan masyarakat dan kepala sub bagian hukum dan sumberdaya manusia.

i. Kabag Perencanaan, Data & Informasi (Analis Primadani, S.STP.)

Bertugas mengemban sebagai kepala bagian perencanaan, data, dan informasi maka kewajibannya menjalankan instruksi yang diberikan kepala divisi perencanaan data dan informasi untuk mewujudkan segala keperluan dibutuhkan pada setiap aktivitas di lingkup perencanaan, data dan informasi. Dan memiliki kewenangan memberikan instruksi pada kepala sub bagian perencanaan serta kepala sub bagian data dan informasi.

j. Kasubag Keuangan (Endah Dwi Artini, S.E.)

Bertugas mengemban sebagai kepala sub bagian keuangan maka kewajibanya menjalankan instruksi yang diberikan kepala bagian keuangan, umum dan logistik untuk mewujudkan segala keperluan dibutuhkan pada setiap aktivitas di lingkup keuangan.

k. Kasubag Umum dan Logistik (Ardian Dewanto Setiadi, S.E)

Bertugas mengemban sebagai kepala sub bagian umum dan logistik maka kewajibanya menjalankan instruksi yang diberikan kepala bagian keuangan, umum dan logistik untuk mewujudkan segala keperluan dibutuhkan pada setiap aktivitas di lingkup Umum dan Logistik.

l. Kasubag Teknis Penyelenggara Pemilu, Partisipasi Hubungan Masyarakat (Galuh Adisti Wisnu Wardhani, S.Psi.,M.Si)

Bertugas mengemban sebagai kepala sub bagian teknis penyelenggara Pemilu, partisipasi hubungan masyarakat maka kewajibanya menjalankan instruksi yang diberikan kepala bagian teknis penyelenggara Pemilu partisipasi hubungan masyarakat hukum dan sumberdaya manusia untuk mewujudkan segala keperluan dibutuhkan pada setiap aktivitas di lingkup teknis penyelenggara Pemilu partisipasi hubungan masyarakat.

m. Kasubag Hukum dan Sumberdaya Manusia (Amalia Rahmah, S.H)

Bertugas mengemban sebagai kepala sub bagian hukum dan sumberdaya manusia maka kewajibanya menjalankan instruksi yang diberikan kepala bagian teknis penyelenggara Pemilu partisipasi hubungan masyarakat hukum dan sumberdaya manusia untuk mewujudkan segala keperluan dibutuhkan pada setiap aktivitas di lingkup hukum dan sumberdaya manusia.

n. Kasubag Perencanaan (Viera Mayasari Sri Rengganis S.Sos., M.A)

Bertugas mengemban sebagai kepala sub bagian perencanaan maka kewajibanya menjalankan instruksi yang diberikan kepala bagian perencanaan data dan informasi untuk mewujudkan segala keperluan dibutuhkan pada setiap aktivitas di lingkup perencanaan.

o. Kasubag Data & Informasi (Arry Dharmawasan Trisatya Putra, S.E., M.I.Pol)

Bertugas mengemban sebagai kepala sub bagian data dan informasi maka kewajibanya menjalankan instruksi yang diberikan kepala bagian perencanaan data dan informasi untuk mewujudkan segala keperluan dibutuhkan pada setiap aktivitas di lingkup data dan informasi.

p. Kelompok Jabatan Fungsional

Mengacu pada Peraturan KPU RI Nomor 14 tahun 2020 tentang tugas, fungsi, susunan organisasi, dan tata kerja sekretariat jenderal komisi pemilihan umum, sekretariat komisi pemilihan umum provinsi, dan sekretariat komisi pemilihan umum kabupaten/kota. Di Bab VI Kelompok Jabatan Fungsional. Maka adapun tugasnya ada pada pasal 236 menjelaskan:

- 1) Kelompok Jabatan Fungsional ini mempunyai tugas memberikan pelayanan fungsional dalam pelaksanaan tugas dan fungsi Jabatan Pimpinan Tinggi Pratama sesuai bidang keahlian dan keterampilan.
- 2) Dalam pelaksanaan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan Koordinator Pelaksana Fungsi Pelayanan Fungsional sesuai dengan ruang lingkup bidang tugas dan fungsi jabatan pimpinan tinggi pratama masing-masing.
- 3) Koordinator Pelaksana Fungsi Pelayanan Fungsional sebagaimana dimaksud pada ayat (2) mempunyai tugas mengoordinasikan dan mengelola kegiatan pelayanan fungsional sesuai dengan bidang tugas masing-masing.
- 4) Dalam melaksanakan tugasnya, Koordinator Pelaksana Fungsi Pelayanan Fungsional sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dibantu oleh Sub Koordinator.
- 5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pembagian tugas Koordinator dan Sub Koordinator Pelaksana Fungsi Pelayanan Fungsional ditetapkan oleh Sekretaris KPU DIY.

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi temuan penelitian yang bersumber dari wawancara mendalam dengan Ibu Sri Surani selaku anggota atau komisioner KPU DIY sebagai Ketua Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat dan Sumberdaya Manusia pada Tanggal 26 Juni 2024, 18 Juli 2024 dan 6 November 2024. Peneliti juga mewawancarai penduduk D.I.Y selaku informan berusia 17-20 tahun dengan latar belakang siswa-siswi sekolah dan mahasiswa yang belum pernah mengikuti pemilu serta baru terdaftar dalam pemilu tahun 2024, guna ketahui tanggapannya.

Tabel 3.1 Data Informan Pemilih Pemula Gen Z

Nama	Umur	Asal Sekolah / Kampus	Tempat Tinggal	KTP DIY / Luar DIY
Heruhito	18	SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta	Kota Yogyakarta	KTP DIY
Firros	17	SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta	Godean Sleman	KTP DIY
Rangga	19	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Kota Yogyakarta	KTP DIY
Nazhif	18	SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta	Kota Yogyakarta	KTP DIY
Tadzlila	18	SMK Negeri 3 Kasihan	Kota Yogyakarta	KTP DIY
Angelina	20	Universitas Islam Indonesia	Turi Sleman	KTP DIY
Heni	17	SMA Negeri 1 Sedayu	Sedayu Bantul	KTP DIY
Sahara	19	Universitas Negeri Yogyakarta	Godean Sleman	KTP DIY
Farrel	18	SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta	Godean Sleman	KTP DIY
Falihah	19	Universitas Muhammadiyah Surabaya	Gamping Sleman	KTP DIY
Yasmin	18	SMK Negeri 2 Depok	Depok Sleman	KTP DIY
Nabil	18	MAN 3 Sleman	Nogotirto Sleman	KTP DIY
Dhimas	18	SMA Negeri 2 Bantul	Kebonagung Bantul	KTP DIY
Shayra	20	Universitas Gadjah Mada	Panggungharjo Bantul	KTP DIY

Berlandaskan temuan yang peneliti kumpulkan dari narasumber, peneliti berhasil mengumpulkan data terkait strategi komunikasi yang dipakai oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta dalam meningkatkan pemilih pemula Gen Z pada Pemilu 2024. Berikut hasil temuan penelitian peneliti bersumber melalui wawancara yang telah dilakukan di Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta:

A. Temuan Penelitian

1. Perencanaan Komunikasi

Sebagaimana perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi atau instansi yang dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta. Berlandaskan wawancara pada perwakilanya telah diketahui jika KPU DIY telah upayakan perencanaan komunikasi melalui berbagai perencanaanya melalui strategi-strategi guna memastikan ketercapaian tujuan. Berikut hasil wawancara Ibu Sri Surani:

“Sehingga tentu kami membuat strategi-strategi terkait dengan bagaimana memastikan teman-teman pemilih generasi Z ini terpapar informasi, gitu ya paham akan haknya sebagai warga negara dan khususnya dalam hal ini khusus di elektoral atau di pemilu.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Pada wawancara Ibu Sri Surani selaku perwakilan dari Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta sekaligus Ketua Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat dan Sumberdaya Manusia mengatakan bahwasanya KPU DIY telah melakukan berbagai perencanaannya tertuang pada sebuah strategi yang nantinya diaplikasikan sebagai tumpuan untuk diaplikasikan dalam penerapannya yang bertujuan agar terpaparnya informasi pada para generasi z yakni target capaian (*goals*) adalah paham akan haknya sebagai warga negara di elektoral maupun pemilu.

Tidak hanya itu KPU DIY juga melakukan berbagai perencanaan komunikasinya dengan mengalokasikan sumberdayanya untuk terwujudnya penetapan sasaran melalui identifikasi audiens dengan upayakan masuk ke ruang-ruang dalam lingkup yang disasar agar terpapar informasi kepemiluan sebagaimana dikonfirmasi.

“Kita masuk ke kelompok atau komunitas-komunitas itu untuk melakukan proses pendidikan pemilih. Bekerjasama banyak pihak. Ada kampus, ada karangtaruna, ada organisasi kemahasiswaan, ada SMA, dinas pendidikan” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Hal ini dimaksud agar dapat mengidentifikasi audiens yakni teman-teman generasi z untuk dapat masuk menjangkau teman-teman generasi Z dengan terwujudnya kerjasama pada berbagai pihak dari mulai universitas atau kampus, organisasi sosial kemasyarakatan yakni karangtaruna, datang langsung ke sekolah-sekolah hingga menggaet dinas pendidikan yang berperan penting dalam implementasi dan pengawasannya bertujuan agar dapat lebih tepat sasaran yakni terwujudnya penyampaian informasi soal kepemiluan.

Selanjutnya KPU DIY melakukan langkah krusial dalam perencanaan komunikasinya guna meningkatkan partisipasi pemilih pemula dari generasi Z pada Pemilu 2024. Dalam tindakannya melakukan penetapan sasaran melalui identifikasi khalayak prosesnya diawali dengan analisis data yang mencakup usia, pendidikan, serta minat politik generasi z. Dalam analisis ini, perhatian juga diberikan pada media yang sering digunakan oleh generasi z. Dan mengidentifikasi karakteristik, preferensi, dan kebutuhan pemilih pemula Gen Z.

“Memastikan terkait dengan situasi sosial politik khususnya pemilih selalu melihat dengan kecenderungan yang ada nah berkaitan dengan pemilih ini kan memang ada beberapa klasifikasi atau kategori pemilih salah satunya adalah generasi z. nah itu yang kemudian memang harus mendapatkan perhatian lebih dari KPU. Kenapa dia harus mendapatkan perhatian lebih karena memang dia pertama tentu dia belum paham akan proses demokrasi soal dan lainnya pemilu.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani 26 Juni 2024)

Bersumber hasil wawancara diatas jika KPU DIY dalam menganalisis situasi serta menganalisis pemilih pemula untuk mengidentifikasi karakteristik sasaran yang hendak dituju dengan memastikan terkait situasi sosial politik khususnya pemilih dengan cara melihat kecenderungan yang ada sebab mengingat sasarnya ini kan pemilih yang memiliki klasifikasi kategori yang salah satunya yakni generasi z (Gen Z) yang memang perlu diberikan perhatian lebih dari KPU. karena kategori tersebut belum paham akan proses pemilihan umum.

Selanjutnya peneliti juga menemukan terkait saat penetapan sasaran melalui identifikasi khalayak oleh KPU DIY berlandaskan perwakilanya sampaikan.

“Ya, tentu kami tadi sudah melakukan identifikasi ini di data pemilih jumlahnya pemilih generasi z itu segini ada di manakah mereka? Kami mengidentifikasi di sekolah, kampus, di masyarakat Kemudian kami bekerjasama dengan kampus, bekerjasama dengan sekolah, bekerjasama dengan dinas pendidikan, karang taruna untuk melakukan proses sosialisasi.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani 6 November 2024)

Bersumber hasil wawancara mengatakan jika KPU DIY dalam melaksanakan identifikasi khalayak dengan melihat dari segi data jumlah pemilih generasi z serta pengelompokan lokasinya, teridentifikasi baik dimulai dari sekolah, kampus hingga masyarakat serta berkolaborasi dengan berbagai stakeholder seperti dinas pendidikan, karang taruna dalam proses sosialisasi.

Tim yang bertanggung jawab atas penetapan sasaran terdiri dari “Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM” & “Sekretariat KPU DIY” kolaborasi ini memastikan bahwa pendekatan yang digunakan dapat komprehensif. Sebagaimana pernyataan perwakilanya sampaikan bahwa.

“Ya, terkait dengan tim unit kerja tentu tim parmas sosdiklih KPU DIY yang melaksanakan ya sarprasnya (sarana & prasarana) disediakan oleh sekretariat kemudian kerjasama dengan sekolah atau kampus untuk melakukan aktivitas nah, komisionernya di divisi saya, divisi sosialisasi parmas partisipasi masyarakat dan SDM.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani 6 November 2024)

Bersumber hasil wawancaranya menghasilkan bahwa KPU DIY memang

telah ada pembentukan tim disetiap aktivitasnya termasuk yang bertanggung jawab atas identifikasi khalayak terbentuk tim parmas sosdiklih serta yang memfasilitasi sarana dan prasarana dari kesekretariatan dan penanggung jawab pelaksana komisionernya adalah Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM.

Berlanjut pasca khalayak sudah ketemu atau diketahui untuk penerapan selanjutnya ialah terkait saat pelaksanaan dari mulai perumusan materi, metode pendekatannya, lokasi sesuai *audiens*, hingga preferensi pesan konten yang hendak disosialisasikan sebagaimana yang perwakilanya sampaikan.

“Jadi kalau ketika sudah ketemu, maka tentu kami harus melakukan proses sosialisasi merumuskan, ini materinya apa? Generasi Z, milenial, sama-sama materi tapi cara penyampaiannya yang berbeda termasuk mungkin gambarnya yang berbeda pendekatannya, cara berkomunikasi, tempatnya kalau orang tua tentu di balai desa bisa tapi kalau di anak anak muda ya cafe ya sesuai dengan teman-teman anak muda ada pentingnya menggunakan hak pilih gitu kalau kita buat konten ke masyarakat.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani 6 November 2024)

Bersumber hasil wawancaranya pasca khalayak sudah diketahui oleh KPU DIY tentu diperlukan perencanaan komunikasi terencana dengan mengalokasikan sumberdaya yang dimiliki KPU DIY bisa dimulai dari persiapan secara matang mengenai materi sosialisasi, lalu metode komunikatifnya serta lokasinya jika orang tua bertempat balai desa namun jika kawula muda ya di *café* intinya disesuaikan metode penyampaian pesanya ke khalayak tertuju sesuai segmenya.

2. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu aktivitas yang melibatkan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada penerima dengan tujuan tertentu. Serta dalam aktivitas komunikasinya menjadi landasan regulasi dari KPU DIY adalah Peraturan KPU No. 9 Tahun 2022 mengatur partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum dan pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan atau walikota dan wakil walikota yang ditetapkan KPU RI menyatakan di BAB III Pelaksanaan Partisipasi Masyarakat di pasal 3 berbunyi “*Partisipasi masyarakat dilakukan dengan tujuan menyebarluaskan informasi pemilu atau pemilihan; meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran masyarakat tentang hak dan kewajiban dalam pemilu dan pemilihan dan meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilu dan pemilihan*”. Kemudian

regulasi mengatur aktivitas sosialisasi ada pada pasal 11 berbunyi “*Sosialisasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 10 ayat (1) huruf a dilakukan dengan metode langsung dan atau tidak langsung*”. Selanjutnya pasal 12 berbunyi.

“*Metode Sosialisasi secara langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf a dapat berupa forum warga, diskusi, seminar, lokakarya, pelatihan, ceramah, simulasi, gelar wicara, pemanfaatan budaya lokal tradisional dan atau metode lain yang memudahkan masyarakat untuk menyampaikan informasi pemilu atau pemilihan dengan baik*”. Serta Pasal 13 ayat 1 berbunyi.

“*Metode Sosialisasi secara tidak langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf b dapat dilakukan melalui media massa cetak, media massa elektronik, media massa online, media daring, media sosial, media luar ruang, penyebaran bahan atau barang sosialisasi, media kreatif dan media lainnya*”.

Strategi komunikasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) yakni dengan melakukan berbagai aktivitasnya dari proses pendidikan pemilih sebagai wujud untuk menyampaikan tahapan-tahapan pemilu pada pemilih pemula sebagaimana terkonfirmasi narasumbernya.

Nah, apa yang dilakukan KPU? Tentu KPU melakukan proses pendidikan pemilih sesuai dengan ketugasan KPU. Nah, KPU tidak bisa bekerja sendiri tentu. KPU bekerja dengan banyak pihak. Tentu dalam hal ini di mana posisi dari teman-teman ini berada itu yang harus KPU ketahui. Itu salah satu strategi yang kami lakukan.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Dapat dipahami bahwa agenda KPU DIY ini melalui proses pendidikan pemilih yang menjadi salah satu strategi komunikasi yang peneliti dapat dari narasumber maka untuk menjalankan hal tersebut KPU DIY perlu menggandeng banyak pihak atau *stakeholder* untuk memperluas jangkauan atau posisi audiens yang harus KPU DIY ketahui.

Peneliti temukan perbedaan strategi komunikasi baik yang dilakukan di pemilu 2019, pilkada 2020 hingga pemilu 2024 berdasar perwakilanya sampaikan.

“*Tentu kalau bicara strategi metodenya masih tetap sama tapi ada yang membedakan kalau dulu hanya tatap muka tapi di 2024 itu kita juga melalui media film kalau di 2019, 2020 itu sama tapi kalau di sekarang ada film dibuat oleh KPU RI untuk melakukan proses sosialisasi dengan nonton film bareng harapannya itu meningkatkan animo dan partisipasi masyarakat.*” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 6 November 2024)

Berdasarkan hasil wawancara menyatakan bahwa KPU DIY pada penerapan strategi komunikasinya mengalami peningkatan dalam segi metode yang terbaru

mengikuti perkembangan karena bila pada 2019 & 2020 cenderung sosialisasi tatap muka saja namun di 2024 terdapat aktivitas nonton film bareng yang dibuat KPU RI dalam aktivitas komunikasinya saat proses sosialisasi tujuannya mengakumulasi animo dan partisipasi masyarakat.

Peneliti juga menemukan perbedaannya berdasarkan Surat Keputusan Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta Tentang Rencana Strategis Komisi Pemilihan Umum DIY Tahun 2020 – 2024 di tahun 2020 oleh KPU DIY. Pada keterangannya atas hasil evaluasi pemilu 2019 rekomendasi yang ditawarkan untuk perbaikan Pemilu di masa mendatang adalah diantaranya meliputi “Sinkronisasi Regulasi, Peningkatan Kualitas SDM, Penguatan Jaringan dan Aplikasi Siap Pakai”. Pada Pemilu 2024 menunjukkan pergeseran signifikan dibandingkan dengan pemilu sebelumnya serta peningkatan metode. Kini KPU DIY lebih proaktif dalam menyebarkan informasi melalui media sosial, kampanye luring di sekolah-sekolah, dan kegiatan sosialisasi di berbagai komunitas kemudian melalui penguatan jaringan di 2024 terdapat perubahan dalam pendekatan edukasi pemilihan. Pada pemilu sebelumnya, program sosialisasi lebih bersifat umum dan sering kali berlangsung di ruang-ruang formal seperti sekolah atau kampus. Sebagai respons terhadap karakteristik generasi Z lebih suka belajar melalui pengalaman langsung, kini menggelar aktivitas informal dan menarik, seperti diskusi di kafe (*KPU Goes to Café*). Maka semua temuan diatas telah sesuai bila merujuk (Cangara, Hafied. 2013: 64) Dimana strategi komunikasi mengintegrasikan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi, sehingga menjadi suatu pendekatan yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada. Dan Middleton (1980) menekankan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi optimal dari berbagai elemen komunikasi - termasuk komunikator, pesan, media, penerima pesan, dan efek yang dirancang - dengan tujuan mencapai hasil komunikasi maksimal (Cangara, 2014).

Keberhasilan komunikasi yang efektif sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang tersusun. Strategi ini memiliki dua fungsi utama yakni secara makro melalui pendekatan multimedia yang terencana, dan secara mikro dengan menggunakan satu jenis media komunikasi. Fungsi Strategi komunikasi secara makro digunakan untuk organisasi ataupun lingkungan yang luas. Ini dapat ditemukan dari penerapan strategi komunikasi secara fungsi makro oleh Komisi

Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) antara lain fungsi secara informatif mengingat KPU DIY mengedepankan fungsi informatif melalui penyampaian informasi yang jelas dan akurat mengenai proses pemilu. Berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, situs *web* resmi, dan publikasi cetak, digunakan untuk menyampaikan informasi tentang tahapan pemilu, aturan, dan hak suara berlandaskan temuan yang peneliti temukan terhadap wawancara yang telah dilakukan pada perwakilanya sampaikan.

“Termasuk melibatkan teman media. Dengan teman media kami juga melakukan banyak kegiatan dengan teman-teman media untuk memastikan seluruh pemilih khususnya generasi ini terpapar informasi.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas yang menyatakan hasilnya jika Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) pada pelaksanaan fungsi makro secara informatif dengan melibatkan teman media di setiap banyak kegiatan yang bertujuan agar seluruh sasara generasi z dapat terpapar informasi.



Gambar 3.1 Arsip KPU DIY di Program TVRI Jogja Gebyar Pemilu Damai

Tak hanya itu penerapan strategi komunikasi secara fungsi makro oleh KPU DIY dari sisi fungsi partisipatif yang dimana KPU DIY mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam proses pemilu melalui berbagai inisiatif. Biasanya dilakukan melalui forum diskusi dan kolaborasi dengan organisasi masyarakat sipil. Terlihat sebagaimana peneliti temukan terhadap wawancara yang telah dilakukan pada perwakilanya sampaikan yakni.

“Kami juga membuat tadi komunikasi, membuat ruang-ruang kerjasama dengan misalnya perkumpulan mahasiswa luar daerah se-DIY.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas yang menyatakan jika Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) adalah membentuk pola komunikasinya dengan mengadakan berbagai ruang kerjasama salah satunya misalnya menggaet perkumpulan mahasiswa luar daerah se-yogyakarta karena alasanya jumlah pemilih luar di DIY sangat banyak mengingat Provinsi Daerah

Istimewa Yogyakarta sendiri merupakan daerah provinsi wilayah yang banyak memiliki konsentrasi institusi pendidikan yang telah tersebar serta budaya akademik yang kuat dan maraknya kegiatan edukatif dengan banyaknya lembaga pendidikan formal dan non-formal maka dengan mengadakan berbagai ruang kerjasama tersebut untuk memastikan transformasi informasi pada sasaran yang hendak dituju tepat sasaran. Maka demikian fungsi makro dari strategi komunikasi yang bila dilihat dari sisi partisipatif terlaksana berdasarkan peneliti temukan.



Gambar 3.2 Arsip KPU DIY Sosialisasi Ikami Sulsel Cabang Yogyakarta

Selanjutnya penerapan strategi komunikasi secara fungsi makro oleh KPU DIY dari sisi fungsi edukatif yang dimana selain memberikan informasi, KPU DIY juga fokus pada fungsi edukatif. Mereka mengadakan berbagai program pendidikan pemilih, seperti sosialisasi di sekolah-sekolah. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman para pemilih pemula Generasi Z (Gen Z) tentang pentingnya partisipasi dalam pemilu. Terlihat sebagaimana peneliti temukan terhadap wawancara telah dilakukan pada perwakilanya sampaikan.

“Kita nonton film itu ke pemilih pemula, kejarlah janji. Film kejarlah janji yang dibuat oleh KPU RI kami masuk ke teman-teman pemilih pemula ke SMA- SMA nonton bareng dan dilanjutkan dengan pendidikan pemilih.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY). Dengan mengajak para pemilih pemula untuk menonton *film* berjudul “kejarlah janji” yang telah dibuat oleh KPU Republik Indonesia agar disiarkan ke pemilih pemula saat melakukan proses pendidikan pemilih yang merupakan menjadi sarana dalam mengedukasi para pemilih pemula tersebut. Dengan demikian fungsi makro dari strategi komunikasi yang dilihat dari sisi edukatif terlaksana berdasarkan peneliti temukan.



Gambar 3.3 Arsip KPU DIY Sosialisasi dan Nobar di MAN 3 Sleman

Adapun fungsinya secara mikro digunakan pada unit maupun sub-unit yang ada dalam sebuah organisasi dengan memberikan penyesuaian kepada anggota kelompok organisasi melalui kegiatan-kegiatan yang mampu memberikan kepuasan dalam menjalankan pekerjaannya. Maka oleh sebab itu KPU DIY bertujuan untuk memastikan bahwa setiap elemen masyarakat khususnya generasi z memahami peran dan tanggung jawab mereka dalam proses pemilu. Melalui pendekatan komunikasi mikro, KPU DIY berusaha membangun hubungan yang lebih dekat dan personal dengan pemilih. Dalam temuan yang peneliti identifikasi terkait strategi komunikasi mikro yang diterapkan, seperti komunikasi langsung dan penggunaan media *personal* dimulai dari komunikasi langsung yakni dimana KPU DIY melakukan komunikasi langsung melalui berbagai kegiatan, seperti sosialisasi di sekolah, pertemuan komunitas, dan dialog terbuka. Adapun hal itu terlihat sebagaimana peneliti dapat dari yang perwakilanya sampaikan.

“Ya, kami melakukan proses pendidikan pemilih dengan tatap muka atau bertemu langsung dengan teman-teman pemilih pemula mulai dari tingkat SMA, seluruh SMA di DIY itu disasar oleh kami di KPU, baik KPU Provinsi maupun KPU Kota – Kabupaten.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY). Bahwa pihaknya menyatakan jika telah melakukan aktivitas proses Pendidikan pemilih secara langsung tatap muka ke tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) di seluruh Yogyakarta yang bertujuan membangun kedekatan melalui komunikasi secara langsung dengan adanya agenda tersebut telah dilaksanakan baik oleh KPU tingkat Provinsi maupun KPU tingkat kota & kabupaten. Dengan demikian fungsi strategi komunikasi secara mikro yang dilihat dari sisi pendekatan komunikasi langsung telah terlaksana.

Lantas berlanjut dari segi penggunaan media *personal* yang diaplikasikan oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) dalam

melaksanakan fungsi strategi komunikasi secara mikro yakni dengan maksud KPU DIY memanfaatkan berbagai *platform* media *personal*, seperti media sosial untuk menjangkau pemilih dengan cara yang lebih *personal* dan interaktif. Melalui strategi ini, KPU DIY bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat khususnya Generasi Z (Gen Z) selaku sasaran pemilih pemula tersebut guna meningkatkan partisipasinya, serta mengedukasi mereka mengenai proses pemilu. Yang dimana KPU DIY secara aktif mengembangkan konten yang disesuaikan dengan kebutuhan dan minat pemilih. Misalnya, membagikan informasi tentang tahapan pemilu, jadwal pemungutan suara, dan cara mendaftar sebagai pemilih melalui infografis, *video* pendek, dan cerita di *platform* media sosial. Hal ini juga sejalan dengan yang peneliti temukan saat melakukan wawancara pada perwakilanya.

“Tadi yang saya sebutkan media cetak konvensional maupun non-konvensional termasuk media-media medsos yang kami pakai. Ada Tiktok, ada Twitter, itu semuanya kami pakai.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancaranya bahwa pihaknya menyatakan kalau pemanfaatan media untuk mendukung penggunaan media *personal* sebagai upayanya dalam pelaksanaan strategi komunikasi secara fungsi mikro baik media cetak konvensional atau non-konvensional termasuk media sosial misalnya ada *TikTok*, lalu *X (Twitter)* telah difungsikan sebagai alat untuk mencapai pemilih dengan cara yang lebih *personal* dan interaktif serta untuk menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi pesan dan menghindari misinformasi. Demikian fungsinya secara mikro dilihat dari pendekatan penggunaan media *personal*.



Gambar 3.4 Tangkapan Layar Akun *TikTok* KPU DIY

Semua penjelasan diatas maka telah senada dalam apa yang sudah dihimpun menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi 2003. Yang tertuang didalamnya bahwa fungsi ganda yang dimiliki

oleh strategi komunikasi secara makro (*planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategy*) antara lain, Pertama pesan komunikasi disebarluaskan secara informatif, persuasif, serta instruktif mempergunakan cara yang sistematis tepat pada sasaran agar hasil yang didapatkan menjadi maksimal. Dan Kedua sebagai jembatan antara kesenjangan budaya, yakni sebagai pencegahan kondisi dimana kemudahan media yang mumpuni dianggap akan merusak nilai-nilai yang telah dibangun.

Bentuk strategi komunikasi Komisi pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta sebagaimana yang peneliti temukan mengenai bentuk-bentuk strategi yang digunakannya berdasarkan keterangan perwakilanya menyampaikan.

“Strategi komunikasi yang kami pakai tentu melibatkan semua stakeholder ya stakeholder pemilu kalau bukannya dengan pemilih generasi muda tentu saja stakeholder-stakeholder yang berhubungan dengan anak-anak muda pemilih pemula generasi z kemudian kami merangkul mereka dalam bentuk aktivitas.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 6 November 2024)

Atas hasil wawancaranya tersebut menyatakan jika KPU DIY menggunakan metode komunikasinya ialah dengan bekerjasama keseluruhan stakeholder dalam pemilihan umum yakni meliputi para generasi pemilih pemula untuk dirangkul kedalam aktivitas sosialisasi ataupun pendidikan pemilih dari KPU DIY.

Temuan berikutnya ialah yang mengungkapkan bagaimana KPU DIY mengintegrasikan berbagai bentuk atau metode komunikasi sesuai yang peneliti adopsi dari bentuk strategi komunikasi yang dikemukakan Hafied Cangara.

a. Strategi Komunikasi Verbal & Non Verbal

Disini KPU DIY memanfaatkan strategi komunikasi verbal melalui berbagai kegiatan seperti seminar dan *workshop* di berbagai tempat serta dengan komunitas pemuda. Selain itu, penggunaan strategi komunikasi non-verbal terlihat dari pembuatan poster dan infografis yang menarik, yang menyampaikan informasi tentang tahapan pemilu dan cara mendaftar sebagai pemilih dengan cara yang mudah dipahami. Sebagaimana temuan peneliti dapat dari hasil wawancara perwakilan Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY).

“Kemudian kami juga melakukan aktivitas misalnya KPU Goes to *Cafe*. itu juga bagian dari proses kami mendekatkan diri pada pemilih pemula jadi kami undang teman-teman pemilih pemula & Gen Z itu untuk datang untuk kami sama-sama diskusi soal pemilu.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Atas dasar hasil wawancara diatas maka Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) menyatakan bahwa pihaknya dalam mengaplikasikan strategi komunikasi dalam bentuk verbal melalui kegiatan seperti seminar dan *workshop* bertajuk *KPU Goes to Café* yang menjadi salah satu bagian dari ciri khas KPU DIY dalam prosesnya mendekatkan diri pada pemilih pemula dengan menyebarkan undangan teman-teman pemilih pemula & Gen Z itu untuk datang edukasi serta diskusi perihal kepemiluan.



Gambar 3.5 Arsip Kegiatan KPU DIY *Goes to Café*

Kendati demikian untuk melengkapi pendekatan verbal maka pelaksanaan strategi komunikasi dalam bentuk non-verbal juga dituangkan ke sebuah *visual* atau simbol untuk menciptakan pesan yang kuat melalui pembuatan baliho, poster, infografis, *leaflet* dan sebagainya yang menarik untuk dapat menyampaikan informasi tentang tahapan pemilu dan cara mendaftar sebagai pemilih dengan cara mudah dipahami. Sebagaimana hasil wawancara dari perwakilanya sampaikan.

“Leaflet kami pakai untuk mendekatkan informasi itu kepada teman-teman generasi muda atau Gen Z ini.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka KPU DIY mengakui salah satunya penggunaan *leaflet* yang menarik dibuat oleh tim media dari KPU DIY selain mengandung informatif dengan penciptaan pesan yang kuat juga visual yang menarik sebagai alat kampanye yang dapat menunjang sebagai sarana untuk mentransformasi informasi itu tersampaikan ke generasi muda yakni Generasi Z (Gen Z). Hal inilah menjadi salah satu taktik komunikasi dari KPU DIY dalam implementasi strategi komunikasi kebentuk non-verbal.

b. Strategi Komunikasi Formal & Informal

Sebagai bentuk selanjutnya dalam pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun

dimulai dari Komunikasi formal melalui kampanye edukasi di media sosial yang biasanya untuk menyebarkan informasi mengenai proses pemilu. Konten yang dikemas secara kreatif dan menarik dengan kesesuaian fakta yang ada, untuk dapat membantu menjelaskan tahapan pemilu, pentingnya suara, dan cara mendaftar sebagai pemilih. Sebagaimana perwakilanya sampaikan.

“Termasuk juga membuat beberapa bentuk ataupun menyampaikan informasi selain tatap muka juga ada flyer melalui media elektronik dan seluruh media sosial KPU DIY juga melakukan proses hal yang sama untuk menyampaikan informasi dan kemudian untuk memastikan bahwa informasi itu betul ya karena memang disampaikan berdasarkan fakta.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Atas hasil wawancara diatas yang peneliti temukan maka KPU DIY mengenai salah satu pengaplikasian strategi komunikasi dalam bentuk komunikasi formal melalui kampanye edukasi di media sosial yang dimana termasuk membuat berbagai bentuk hal tersebut guna penyampaian informasi selain tatap muka seperti penggunaan *flyer* di media elektronik serta seluruh media sosial Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) demi terwujudnya ketercapaian penyampaian informasi yang relevan akurat dan lengkap berdasarkan fakta yang telah melalui proses verifikasi & *crosscheck* guna pemilahan informasi sebelum dipublikasikan secara faktual.

Dengan demikian untuk melengkapi strategi komunikasi dalam bentuk formal & informal maka selanjutnya dalam komunikasi informal yang dijalankan Komisi Pemilihan Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY). Adalah melalui penggunaan media sosial sebagai cara komunikasi informal yang dilakukan mengingat media sosial menawarkan suasana yang lebih santai dan tidak resmi dibandingkan dengan komunikasi formal, seperti surat resmi atau pengumuman resmi. Pengguna dapat berinteraksi dengan cara yang lebih *personal* dan akrab. Media sosial memungkinkan interaksi langsung antara pembuat konten dan audiens. Sebagaimana yang dikonfirmasi oleh peneliti melalui temuannya dari hasil wawancara dengan perwakilanya yakni.

“Ada di media itu yang dilakukan termasuk pembuatan media-media di media sosial kami.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Maka berlandaskan hasil wawancara jika sosialisasi secara informal melalui tidak tatap muka itu ada di media dengan cara pembuatan berbagai media di media sosial tujuannya menjadi alat yang efektif untuk membangun

komunikasi informal, meningkatkan keterlibatan, dan mengedukasi audiens dengan cara yang lebih relevan dan menarik. Mengingat pemilih dapat memberikan komentar, pertanyaan, atau tanggapan, yang menciptakan dialog lebih dinamis. Media sosial dapat diakses kapan saja dan di mana saja, memungkinkan pengguna mendapatkan informasi dengan cara tidak terikat oleh waktu atau tempat.

c. Strategi Komunikasi Interpersonal & Kelompok

Strategi Komunikasi dalam bentuk interpersonal dan kelompok ini pertama dari segi bentuk interpersonal mencakup interaksi langsung antara petugas KPU dengan pemilih pemula. ialah aktivitas yang diagendakan melalui kerja sama dengan institusi pendidikan untuk mengadakan seminar, diskusi dan pelatihan baik di tingkat sekolah menengah atas maupun universitas. Kegiatan ini dapat berfokus pada pentingnya partisipasi berdemokrasi, serta menjelaskan hak dan kewajiban sebagai pemilih. Pendekatan ini menciptakan hubungan yang lebih personal, sehingga pemilih pemula merasa lebih dihargai dan diakui. Dengan menghadirkan narasumber terpercaya serta pola aktivitas yang tidak monoton yang diharapkan akan lebih menarik bagi generasi Z. Maka terdapat temuan yang peneliti dapat mengenai aktivitas yang dilakukan dari KPU DIY di programnya KPU *Goes to School* yang menyampaikan bahwa.

“Kami kerjasama, teman-teman Osis se-DIY, Untuk SMA kami kerjasama untuk tadi memastikan transformasi informasi itu ada di teman-teman, terkait dengan pemilihan.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka KPU DIY pihaknya mengaku menjalin kerjasama dengan organisasi di lingkup sekolah yakni OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah) di seluruh DIY dengan tujuannya mencapai transformasi informasi yang dapat memberikan edukasi pemilu, membangun kesadaran berdemokrasi serta mendorong pentingnya partisipasi di pemilu.

Kemudian ada program KPU Goes to Campus berlandaskan yang peneliti temukan pihak KPU DIY mengatakan bahwa.

“Termasuk juga kami lakukan KPU Goes to Campus, KPU Goes to Campus itu kami mendatangi seluruh kampus mulai dari proses pendataan pemilih.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Dengan bersumber hasil wawancara maka agenda KPU *Goes to Campus* tujuannya dengan mendatangi seluruh kampus dengan seminar serta diskusi.

Secara keseluruhan, *KPU Goes to Campus* merupakan langkah proaktif yang tak hanya mendidik mahasiswa tentang hak-hak mereka, tetapi juga bangun karakter pemimpin masa depan yang peduli isu-isu sosial & politik.



Gambar 3.6 KPU DIY Goes to Campus dan Nobar di UGM

Dan terakhir dari Strategi Komunikasi dalam bentuk komunikasi interpersonal di institusi pendidikan dengan cara seminar, diskusi dan pelatihan. Yakni *KPU Goes to Pesantren* sebagaimana perwakilannya utarakan.

“*KPU Goes to Pesantren* itu kami datang ke Pesantren melakukan proses pendidikan memilih menobar film *Kejarlah Janji* diikuti oleh seluruh anak santri yang sudah menggunakan hak pilih dan dia rata-rata memilih pemula gen z.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Maka berdasar wawancara diatas *KPU DIY* mengatakan bahwa pihaknya melaksanakan programnya dengan mendatangi berbagai pesantren di Yogyakarta dengan tajuk *KPU Goes to Pesantren* dalam proses pendidikan memilih selain itu adanya aktivitas nonton bareng film “*Kejarlah Janji*” ditayangkan ke seluruh santri yang sudah mencukupi umurnya untuk menggunakan hak pilih sebagai pemilih pemula. Melalui program ini, *KPU* ingin menumbuhkan rasa cinta tanah air dan kesadaran berdemokrasi.



Gambar 3.7 KPU DIY Goes to Pesantren Krapyak Yogyakarta

Strategi Komunikasi yang diterapkan Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (*KPU DIY*) dalam bentuk komunikasi kelompok seperti aktivitas yang dilakukan *KPU DIY* dengan cara mengorganisir forum diskusi

dan *workshop* yang melibatkan kelompok pemuda dan komunitas mahasiswa. Dalam forum-forum ini, KPU tidak hanya berbagi informasi, tetapi juga mendorong diskusi yang melibatkan peserta untuk saling berbagi pengalaman dan pandangan mengenai pemilu. Metode ini tidak hanya meningkatkan pemahaman mengenai hak dan kewajibannya, tetapi juga membangun rasa komunitas di antara pemilih pemula. Sebagaimana yang peneliti temukan dari perwakilannya sampaikan.

“Khususnya itu kami bekerjasama di seluruh DIY untuk memastikan seluruh KPU itu bisa masuk ke kelompok-kelompok itu bertemu dengan teman-teman generasi Z. Untuk menyampaikan informasi kepiluan.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Berlandaskan temuan diatas menghasilkan melalui perwakilannya sampaikan jika KPU DIY mengakui adanya kolaborasi dengan berbagai *stakeholder* untuk mewujudkan forum diskusi dan *workshop* yang ada di seluruh DIY serta memastikanya agar dapat bersosialisasi langsung. Seperti agenda Sosialisasi Pemilu Tahun 2024 dan Nonton Bareng Film Kejarlah Janji bersama Ikatan Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Subang (IPMKS).



Gambar 3.8 Sosialisasi Pemilu 2024 KPU DIY Bersama IPMKS

Secara keseluruhan, kombinasi komunikasi interpersonal dan kelompok yang diterapkan oleh KPU DIY memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi pemilih pemula Gen Z. Melalui pendekatan personal dan kolaboratif, serta menciptakan lingkungan lebih inklusif dan partisipatif. Temuan ini menunjukkan pentingnya adaptasi strategi komunikasi guna hadapi tantangan & kebutuhan *audiens* terus berkembang.

d. Strategi Komunikasi Instruksional

KPU DIY telah merumuskan strategi komunikasi instruksional yang dirancang secara khusus untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula dari generasi Z. Generasi ini dikenal dengan karakteristiknya yang unik, termasuk

ketergantungan pada teknologi dan media sosial, serta keinginan untuk dapatkan informasi secara cepat & jelas. Sebagaimana perwakilanya utarakan.

“Melalui media sosial itu kita tingkatkan kita pastikan betul itu terjadi dan dengan apa namanya strategi-strategi komunikasi.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 18 Juli 2024)

Berlandaskan temuan diatas menghasilkan melalui perwakilanya sampaikan bahwa penggunaan melalui media sosial itu dari waktu ke waktu telah mengalami peningkatan serta telah dipastikan untuk dieksekusi agar dapat sesuai dengan berbagai strategi komunikasi yang dilakukan KPU DIY dalam hal ini KPU DIY memanfaatkan media sosial instagramnya sebagai saluran utama untuk sampaikan informasi pemilu. Kontenya menarik & instruksional.



Gambar 3.9 Konten Komunikasi Instruksional

Demikian bentuk komunikasi instruksional dilakukan KPU DIY melalui pemanfaatan di media sosial resmi milik KPU DIY Serta KPU DIY membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi dan pengertian terhadap karakteristik audiens yang spesifik adalah kunci dalam mencapai tujuan komunikasi yang efektif.

e. Strategi Komunikasi Persuasif

Peneliti menemukan bahwa Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) telah mengimplementasikan serangkaian strategi komunikasi persuasif yang terintegrasi kegiatan edukasi interaktif. Melalui acara edukasi podcast yang dirilis di media sosial Youtube milik KPU DIY tujuannya adalah menciptakan ruang bagi pemilih pemula untuk berdialog dan bertanya. Diskusi dalam format santai agar mendekatkan KPU dengan audiens. Sebagaimana yang perwakilanya sampaikan.

“Melalui media, medsos tadi yang kami sampaikan jadi tatap muka kami lakukan melalui medsos kami lakukan termasuk melalui podcast-podcast.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Berlandaskan temuan yang dihasilkan melalui perwakilannya sampaikan jika Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) telah mengimplementasi komunikasi persuasif melalui media baik medsos ataupun tatap muka seperti melalui *podcast* yang dirilis di media sosial milik KPU DIY Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pemahamannya tentang proses pemilu, tetapi juga membangun rasa keterlibatan dan kepemilikan.



Gambar 3.10 Podcast KPU DIY

f. Strategi Komunikasi Informatif

Komunikasi informatif berfungsi agar memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai proses pemilu. Pelaksanaanya dengan cara kampanye informasi berbasis data sekaligus bentuk layanan informasi terpadu biasanya terhimpun di situs web dan JDIH (Jaringan Dokumentasi & Informasi Hukum).

“Yaitu kami kalau istilahnya kami serang dari segala macam misi udara kami lakukan dengan di website.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani 26 Juni 2024)

Bersumber hasil wawancara diatas jika KPU DIY menyatakan segala upaya dilakukan baik dari segi tatap muka maupun misi udara disini dimaksud sebagai metafora yang menggambarkan kekuatan dan jangkauan yang luas dari internet dan itu dilakukan oleh KPU DIY di situs web yang dimilikinya. Maka ini merupakan bentuk komunikasi informatif, karena membantu meningkatkan kesadaran pemilih, mengedukasi tentang proses pemilu, serta mendorong partisipasi masyarakat. Dengan memanfaatkan data dan informasi ramah diakses, Yakni situs web <https://diy.kpu.go.id> & <https://jdih.kpu.go.id/diy>



Gambar 3.11 Tampilan Website & JDIH KPU DIY

3. Media Komunikasi

Aktivitas media komunikasi yang dilakukan KPU DIY dalam memakai saluran penyampaian komunikasinya pada khalayak tertentu tentu peneliti menemukan mengacu pada landasan regulasi yang mengaturnya sebagaimana tertuang di Peraturan KPU No. 9 Tahun 2022 mengatur partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum dan pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan atau walikota dan wakil walikota yang ditetapkan KPU RI menyatakan di BAB III Pelaksanaan Partisipasi Masyarakat di pasal 11 berbunyi *“Sosialisasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 10 ayat (1) huruf a dilakukan dengan metode langsung dan atau tidak langsung”*. Selanjutnya pasal 12 berbunyi

“Metode Sosialisasi secara langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf a dapat berupa forum warga, diskusi, seminar, lokakarya, pelatihan, ceramah, simulasi, gelar wicara, pemanfaatan budaya lokal tradisional dan atau metode lain yang memudahkan masyarakat untuk menyampaikan informasi pemilu atau pemilihan dengan baik”. Serta Pasal 13 ayat 1 berbunyi

“Metode Sosialisasi secara tidak langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf b dapat dilakukan melalui media massa cetak, media massa elektronik, media massa online, media daring, media sosial, media luar ruang, penyebaran bahan atau barang sosialisasi, media kreatif dan media lainnya”.

Hal ini juga telah peneliti temukan dari perwakilannya sampaikan yakni seperti melalui saluran penyampaian pesan komunikasi yang termediasi pemberitaan media berdasarkan keterangan perwakilannya sampaikan.

“Termasuk melalui radio, TV kemudian podcast-podcast dengan beberapa media misalnya Tribun Harjo itu dengan tema-tema tentu kami

selalu kedepankan untuk temanya itu yang paling utama kami adalah tema di pemilih pemula atau generasi z.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas yang menyatakan jika KPU DIY dalam menggunakan saluran penyampaian pesanya telah termediasi oleh pemberitaan media termasuk melalui radio, televisi, hingga mengadakan podcast-podcast dengan media ternama seperti tribun dan harian jogja (harjo) yang dimana menjadi tema prioritasnya berkaitan dengan pemilih pemula.

Peneliti juga menemukan mengenai penggunaan media komunikasi yang dipakai KPU DIY dalam penyampaian komunikasinya saat sosialisasi tatap muka secara langsung tidak sekedar pidato atau ceramah saja sebagaimana yang perwakilanya sampaikan.

“Karena hari ini kan teman-teman Gen Z ini kalau hanya pidato, ceramah saja kan sudah tidak menarik maka kami menggunakan film untuk masuk ke teman-teman kita hahkok covernya itu nonton bareng Nah nonton bareng itu kami lakukan untuk tadi memastikan kemudian juga mereka antusias terlibat mendengarkan dan juga berdiskusi soal proses demokrasi.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 18 Juli 2024)

Berdasarkan hasil wawancara narasumber diatas bahwa jika saat ini berbagai upaya yang dilakukan KPU DIY dalam menggunakan saluran penyampaian komunikasinya melalui sosialisasi tatap muka langsung tidak hanya pidato atau ceramah saja melainkan juga pemanfaatan film sebagai metode yang dimana agar dapat menghadirkan tontonan bersifat edukasi dan menghibur selain agar tidak monoton juga agar menarik namun tetap ada sesi diskusi.

Peneliti juga menemukan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai saluran penyampaian komunikasi dari KPU DIY sebagaimana yang disampaikan.

“Pemuda itu tentu sangat akrab dengan media sosial. Kami juga melakukan proses pendidikan pemilih dengan memanfaatkan media-media itu. Ada Twitter, TikTok, semuanya kami pakai untuk mendekatkan diri kami pada teman-teman pemilih pemula.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 26 Juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas yang menyatakan hasilnya jika keakraban generasi z dengan media sosial maka dari potensi tersebut KPU DIY memanfaatkan sebaik-baiknya termasuk penggunaan media sosial X (*Twitter*) dan *Tiktok*. Dimana KPU DIY mencoba dekatkan diri pada pemilih pemula.



Gambar 3.12 Tangkapan Layar Akun X (Twitter) KPU DIY

4. Evaluasi

Dalam setiap aktivitas yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) terhadap efek yang diharapkan serta apakah tujuan dari KPU sudah tercapai ini dapat terlihat bahwa KPU DIY selalu menyeleksi sebagaimana temuan peneliti dari narasumbernya menyatakan.

“Ya setiap upaya dan tujuan yang dilakukan tentu kami menguji gitu ya, melihat juga dan tentu saja melakukan proses evaluasi dari setiap aktivitas yang kita lakukan bersama dengan teman-teman gen z tadi.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 18 Juli 2024)

Berlandaskan hasil wawancara diatas bahwa berbagai aktivitas komunikasi yang dilakukan KPU DIY ini dalam setiap upayanya atau tujuan yang telah terjadi telah melalui proses pengujian agar nantinya menjadi evaluasi serta refleksi kedepannya dalam setiap aktivitas yang dilakukan yang menysasar para generasi z.

Peneliti juga menemukan KPU DIY dalam setiap aktivitas komunikasinya agar memberikan efek yang diharapkan sesuai dengan tujuannya terdapat instrumen pengujian yang faktual sebagaimana disampaikan perwakilanya.

“Ya kita tentu saja, sebelum melakukan apa menyampaikan atau membuat acara itukan pasti sudah kita analisa betul dari sisi apa namanya undangannya dari sisi kepesertaan darisisi materi tentu sudah kita cek semua dan juga setiap ada pendidikan pemilih itu biasanya kita melakukan kuesioner dulu jadi pre test dan post test itu kita lakukan untuk memastikan mereka pemahaman teman-teman itu.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 18 Juli 2024)

Berlandaskan hasil wawancara narasumber KPU DIY menyatakan bahkan sebelum melakukan aktivitas komunikasi dalam agendanya telah melalui analisa secara layak baik dari sisi undanganya seperti kepesertaan hingga materi telah terverifikasi baik itu melalui kuesioner saat *pre-test* hingga *post test* tujuanya agar dapat memastikan serta terjalinya kesepahaman dengan sasaran.

Bahkan tidak sampai disitu proses evaluasi terus dilakukan oleh KPU DIY secara kontinyu hingga pasca program sebagaimana perwakilanya sampaikan.

“Ya tentu kami mengecek evaluasi pasca program termasuk juga pasca pemilu kami membangun proses evaluasi terkait dengan capaian tingkat partisipasinya teman-teman seperti apa kemudian juga dari pola-pola sosialisasi kita juga berbulan melakukan proses evaluasi mana yang belum disasar segmen mana yang belum disasar itu kami melakukan proses evaluasi terus.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 18 Juli 2024)

Berlandaskan hasil wawancara diatas jika KPU DIY rutin mengadakan evaluasi pasca program saat pasca pemilu dengan cara membangun prosesnya dapat terlihat dari capaian tingkat partisipasinya serta pola-pola sosialisasinya yang dimana tidak memakan waktu sebentar bahkan hingga berbulan-bulan hingga segmen mana yang belum tersasar ini kami secara kontinyu mengevaluasi.

Peneliti juga menemukan KPU DIY aktivitas komunikasi yang dijalankan KPU DIY dari sisi tingkat partisipasi secara umum juga tidak ada pemberitaan negatif bahkan tidak ada gugatan protesnya ini membuktikan bahwa instrumen dan strategi KPU berjalan sesuai seperti perwakilanya sampaikan.

“Ya tentu kami hanya melihatnya dari sisi tingkat partisipasi secara umum dan tentu kejadian dari media kemudian dari pemberitaan-pemberitaan yang ada termasuk zero nya kekerasan atau zero-nya gugatan protesnya dari teman-teman pemula itu membuktikan bahwa apa instrumen KPU, strategi KPU dalam rangka untuk memberikan informasi kepada teman-teman mahasiswa itu berjalan.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 18 Juli 2024)

Berlandaskan hasil wawancara diatas dalam berbagai aktivitas komunikasi yang gencarkan KPU DIY telah sesuai tujuannya serta memberikan efek yang diharapkan ini. Indikatornya dapat dilihat dari sisi tingkat partisipasi secara umum dimana tidak ada kejadian maupun pemberitaan negatif hingga gugatan protes dari para pemilih pemula yang menjadikan pijakan kesuksesan bahwa instrument-instrumen strategi yang dijalankan itu berjalan sesuai.

Peneliti juga menemukan berdasarkan keterangan narasumber bahwa angkat partisipasi secara keseluruhan melampaui target dari nasional.

“Dari angka partisipasi secara keseluruhan di angka 88,88 persen tentu ini jadi capaian yang apa namanya sebagai indikator keberhasilan terkait dengan sosialisasi pemilu itu melebihi dari nasional.” (Hasil wawancara Ibu Sri Surani, 18 Juli 2024)

Berdasarkan pernyataan diatas oleh narasumbernya bahwa KPU DIY bila melihat dari sisi angka partisipasi secara umum telah mencapai 88,88% maka ini

dapat dikatakan sebagai indikator keberhasilan melebihi target yang diharapkan secara nasional dan ini menandakan bahwa KPU DIY terus melakukan evaluasi hingga terwujudnya tujuan-tujuannya dapat tercapai melebihi yang diharapkan.

5. *Feedback Respon Gen Z Terhadap Aktivitas Komunikasi KPU DIY*



Gambar 3.13 Infografis Pemilih Berdasarkan Generasi

Temuan peneliti di infografis yang dirilis KPU DIY 24 September 2024 soal rekapitulasi pemilih berdasarkan generasi di daftar pemilih tetap (DPT) jika Generasi Z mencapai 567.898 di Yogyakarta lalu presentase 19,73% angka yang cukup tinggi. Dari data tersebut peneliti menjadi tertarik untuk ketahu temuan yang didapat secara langsung dengan generasi z yang dalam penelitian ini sebagai informan untuk digali terkait responya terhadap isi informasi maupun konten yang dikampanyekan oleh KPU DIY adalah berikut informan pertama.

A. Respon Terhadap Isi Informasi

“Biasanya itu ya lewat apa baliho-baliho yang desainnya sudah gen z banget. Sudah bagus untuk anak-anak muda. Dan anak-anak muda itu akan lebih tertarik gitu pada baliho-baliho atau berita-berita yang lebih menarik gitu.” (Hasil wawancara dengan Heruhito 20 Agustus 2024)

Bersumber dari keterangan yang disampaikan informan menyatakan bahwa tanggapannya terhadap upaya KPU DIY dalam mengkampanyekan pemilu untuk menarik minat gen z melalui penyebaran informasi ia menuturkan secara desain isi informasinya telah terlihat gen z banget. Informan menyarankan jika anak-anak seusianya akan lebih tertarik jika alat peraga kampanye serta konten beritanya terakomodir agar lebih menarik lagi.

Respon selanjutnya ini berkaitan dengan isi informasi yang dipublikasikan KPU DIY bahwa bersumber dari hal tersebut ia terminimalisir dari paparan informasi palsu sebagaimana yang informan sampaikan.

“Oh ya, saya pernah mengakses informasi dari internet dan

beberapa media sosial lainnya. Untuk bisa mencari tahu informasi-informasi penting. Dan agar saya tidak terkecoh dengan apa informasi palsu.” (Hasil wawancara dengan Firros 20 Agustus 2024)

Berdasar keterangannya sampaikan bahwa dari upaya yang dilakukan informan dalam mengakses media informasi maupun media sosial dari KPU DIY dirinya melakukan pencarian informasi menggunakan internet lalu merujuk pada media sosial milik KPU DIY yang diaksesnya terkait isi informasi yang dicari telah membantunya untuk meminimalisir dari terpapar informasi palsu serta dapat informasi berkualitas penting untuk pengetahuannya.

Respon berikutnya saat informan merasakan kemudahan dalam mengakses isi informasi dirilis KPU DIY secara kelajuan informasi cukup cepat.

“Mungkin baru sampai ini ya. Informasi tentang rekapitulasi daftar pemilih sementara yang ada di DIY di 2024.” (Hasil wawancara dengan Ranga 20 Agustus 2024)

Bersumber penyampaian diatas bahwa menurut keterangan informan terhadap penyebaran isi informasi maupun konten-konten KPU DIY. Informan menyatakan sudah mendapati hingga isi informasi tentang rekapitulasi daftar pemilih sementara dengan begitu mudah serta familiar untuk diakses yakni melalui media sosial instagram resmi KPU DIY terkait informasi tersebut.

Pada respon keempat peneliti menemukan yakni berisi seperti masukan kritis dari informan terhadap keseluruhan konten informasi KPU DIY yang belum dapat menghilangkan fenomena bahwa masih banyak kalangan Generasi Z & Milenial memandang negatif pemilu sebagaimana yang disampaikan.

“Menurutku sebagai orang yang suka nonton sosial media itu masih kurang banget karena emang dari Instagram atau Tiktok saya sendiri itu nggak pernah lewat di beranda gitu kalau kita nggak search tapi kalau misalnya dari jalanan-jalanan yang kayak ada poster-poster tentang nggak boleh golput kayak harus milih dan sebagainya menurutku oke cuman kurang.” (Hasil wawancara dengan Yasmin 29 Agustus 2024)

Berdasarkan hasilnya dari sudut pandang informan mengenai responya terhadap isi informasi yang dipublikasikan melalui media sosial ia menyatakan konten-konten KPU DIY masih sangat kurang baik yang di *Instagram & Tiktok* secara jangkaunya belum sampai ke dirinya kecuali jika dirinya melakukan pencarian artinya masih terbatas berbeda kampanye himbauan melalui poster untuk tidak golput dalam pandanganya pada isi informasi agak lebih baik.

Di respon kelima masih berkaitan dengan respon kritik dari informan berkaitan dengan upaya-upaya KPU mengkampanyakan informasi terutama

konten-konten yang menarik minat Generasi Z (Gen Z) untuk memilih yang dirasa menurut informan menilainya kurang sebagaimana yang disampaikan.

“Menurut saya itu, KPU DIY itu agak kurang ya untuk menarik minat Gen Z entah dari promosi mereka atau dari branding mereka juga kepada kami-kami para Gen Z ini. Mungkin bisa ditingkatkan kayak konten yang lebih kreatif atau branding mereka lebih dibungkus saja, apalagi ya banyaklah isu-isu di sekitar Gen Z yang mempengaruhi untuk tertarik pemilu.” (Hasil wawancara dengan Tadzila 23 Agustus 2024)

Bersumber pernyataan informan tersebut menyatakan jika menurutnya Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta terasa kurang dalam upayanya menarik minat Generasi Z (Gen Z) baik dari segi promosinya maupun brandingnya dalam menjangkau khayalaknya butuh perlu ditingkatkan seperti dari konten-konten isi informasinya lebih termuat kreatif atau brandingnya ditingkatkan mengingat merebaknya isu-isu di sekitar Generasi Z (Gen Z) perlu ditindaklanjuti agar dapat mempengaruhinya tertarik di pemilu.

Lalu respon keenam yakni perihal bahwa informan beranggapan terkait aktivitas KPU DIY dalam penyampaian isi informasinya kepada publik khususnya Generasi Z dengan pendekatan teknologi maupun media sosial merupakan langkah relevan penting dan efektif baginya. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan tersebut yakni.

“Untuk upayanya KPU DIY sendiri itu itu sebenarnya langkah yang penting dan relevan ya cukup relevan juga karena Gen Z kan ini ya dikenal pengguna teknologi banget ya teknologi digital, terus media sosial itu intensif banget lah makanya dalam penerapan teknologi dan media sosial tuh, Gen Z tuh kan sangat aktif, dan biasanya dengan teknologi itu, mereka tuh jadi memanfaatkan platform-platform itu gitu loh buat menarik anak-anak Gen Z jadi itu cukup efektif.” (Hasil wawancara dengan Angelina 26 Agustus 2024)

Atas pernyataan informan diatas maka dapat dinyatakan bahwa tindakan yang dilakukan KPU DIY merupakan upaya penting sekaligus cukup relevan mengingat Gen Z sebagai generasi yang dikenal mahir pengguna teknologi digital termasuk media sosial sangat berpengaruh intensif untuk diterapkan masa kini. Pada pandangannya dapat jadi peluang menarik & langkah efektif.

Dan terakhir respon ketujuh dari informan merupakan masukan positif yang mengenai media informasinya di Instagram terlihat dari temuan berikut.

“Saya pernah, cuma nggak sering untuk mengakses media informasi atau media sosialnya. Yang pernah saya akses itu salah satunya di Instagram KPU DIY. Menurut saya, Instagram-nya itu cukup bagus, dan cara informasi dalam media sosialnya cukup bagus dan konsisten.

Karena media informasinya juga sangat menarik menurut saya, tetapi masih belum secara meluas informasinya. Mungkin bisa lebih diperluas lagi mungkin menggunakan Instagram Ads, agar bisa dijangkau lagi oleh orang-orang yang ada di media sosial.” (Hasil wawancara dengan Sahara 26 Agustus 2024)

Berlandaskan hal diatas melalui pernyataanya walaupun tidak sering mengakses media informasi atau media sosial KPU DIY. Ia mengakui pernah sesekali mengaksesnya ia juga berpandangan bahwa. Instagram KPU DIY sudah cukup baik serta isi informasinya menarik, Namun harapan kedepanya maka disarankan untuk mengaktifkan layanan pengiklanan konten di Instagram ads tujuanya agar meluasnya ketercapaian jangkauan lebih meningkat di media sosial pada khalayak tertuju.

B. Respon Terhadap Metode Penyampaian

Jika pada sebelumnya membahas temuan penelitian pada respon informan terhadap isi informasi yang dilakukan KPU DIY termasuk konten-kontennya pada tahap ini peneliti membahas temuan pertama mengenai respon informan terhadap metode penyampaian dilakukan KPU DIY dalam pernyataan informan bahwa ia pernah mengikuti agenda sosialisasi KPU DIY disekolahnya selama kurun waktu terbatas sebagaimana informan menyatakan.

“Saat itu selama kurang lebih 30 menit sampai 1 jam karena di untuk kelas 12 itu tidak mengikuti upacara namun mengikuti sosialisasi dari KPU.” (Hasil wawancara dengan Heni 26 Agustus 2024)

Bersumber pernyataan tersebut menghasilkan hasil wawancara yang mengatakan jika upaya KPU DIY dalam metode penyampaian sosialisasi saat disekolah menurut informan waktunya sungguh terbatas saat itu hanya dalam sekitar 30 – 60 menit atau 1 jam serta hanya diperuntukkan untuk kelas 12 sekedar sosialisasi semata menurutnya.

Untuk temuan informan kedua ini mengenai responya pada metode-metode penyampaian yang dilakukan KPU DIY melalui sosialisasi langsung belum menyeluruh ke berbagai sekolah di Yogyakarta mengingat konfirmasinya, menyatakan belum pernah sosialisasi dari KPU DIY di sekolahnya. Jadi masukan positif perlunya peningkatan jangkauan KPU DIY.

“Saya belum pernah melihat ada anggota KPU DIY yang terjun langsung sih ya karena kalau saya sendiri di sekolah itu yang menarik minat anak-anak sekolahnya atau anak-anak Gen Z-nya itu guru itu sendiri biasanya itu yang mengajari soal proses pemilunya terus menarik minatnya dalam memilih memberi arahan guru PKN biasanya saya

sendiri yang mengajari soal itu guru PKN.” (Hasil wawancara dengan Farrel 28 Agustus 2024)

Berlandaskan pernyataan informan maka menghasilkan wawancaranya bahwa Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) belum ada anggotanya yang melakukan sosialisasi secara aktif terjun langsung di lingkungan sekolahnya guna menarik anak-anak Gen Z. Justru yang aktif menghimbau menarik minat Gen Z itu Guru mata pelajaran di sekolahnya yakni Guru pendidikan kewarganegaraan ia berharap kedepan KPU DIY peduli meningkatkan jangkauanya.

Temuan informan berikutnya berkaitan dengan respon informan terhadap metode penyampaian KPU DIY selama sosialisasi disekolahnya.

“Waktu itu sekolah saya juga pernah didatengin ya oleh beberapa orang dari KPU di sana juga dijelasin diberi informasi tentang pemilihan ini bagaimana caranya terus pelaksanaannya kapan dan bagaimana disitu juga kita diberitahukan untuk mengecek akun kita sudah terdaftar atau belum terdaftar di DPT atau tidak disitu diberikan informasi tentang bagaimana jika orang-orang yang mau ikut pemilu namun dia KTP-nya di luar daerah atau yang baru buat KTP dan sebagainya itu diberikan informasi.” (Hasil wawancara dengan Farrel 28 Agustus 2024)

Atas pernyataan yang informan sampaikan bahwa informan mengkonfirmasi di sekolahnya pernah ada perwakilan dari KPU DIY untuk melakukan sosialisasi dimana saat itu diberi informasi mengenai pelaksanaan pemilihan serta diberi himbauan agar siswa-siswi saat itu mengecek apakah sudah terdaftar atau belum sebagai daftar pemilih tetap (DPT) hingga diberikan penyuluhan untuk siswa-siswi disekolah saya yang mau ikut pemilu atau pindah memilih akibat terhalang KTP nya luar wilayah DIY.

Temuan selanjutnya dari informan mengatakan bahwa sosialisasi dalam metode penyampaian langsung yang seharusnya dilakukan KPU DIY sebagai lembaga penyelenggara pemilu namun belum pernah ia dapati.

“Iya, betul. Masih belum ada sosialisasi dari KPU DIY.” (Hasil wawancara dengan Nazhif 25 Agustus 2024)

Bersumberkan pernyataan diatas oleh informan menghasilkan bahwa dirinya selama menjadi siswa di sekolahnya belum mendapatkan aktivitas sosialisasinya tentu berharap kedepan lebih gencar perluas jangkauan sosialisasi.

Di temuan kelima ini peneliti menjumpai terkait respon informan terhadap metode penyampaian yang dilakukan KPU DIY adalah sebagai berikut.

“Pernah berpartisipasi saat itu. Seluruh siswa-siswi kelas 12 tuh kak, wajib menghadiri sosialisasi kepemiluan. Termasuk saya juga kak, kalau nggak salah di awal tahun 2024, bulan Januari kemarin kak, yang menarik sesi nonton film KPU-nya. Saya lupa judulnya apa, seingat saya itu diperankan Shenina Cinnamon, ya itu kak salah satunya itu. Selama acara itu, sungguh nikmatin banget kak, karena nggak hanya sosialisasi semata yang kadang terkesan membosankan, namun selain dibekali pengetahuan soal kepemiluan, terutama arahan cek DPT online yang semudah itu kak.” (Hasil wawancara dengan Nabil 11 November 2024)

Berdasar pernyataanya bahwa dirinya mengkonfirmasi pernah mengikuti sosialisasi kepemiluan KPU *Goes to School* yang di ikuti seluruh siswa-siswi kelas 12 Man 3 Sleman di januari 2024 lalu bahkan dirinya berpendapat yang menarik baginya ialah pada aktivitas nonton film yang diperankan oleh aktris Shenina Cinnamon. Ia menikmati tidak hanya sekedar sosialisasi saja yang kadang bisa membuat bosan namun selain dibekali pengetahuan kepemiluan juga arahan Cek DPT Online yang merupakan hal baru menarik dan mudah.

Ini merupakan temuan terakhir dari respon informan terhadap metode penyampaianya pada KPU *Goes to School* yang dirasakan informan.

“Oh iya, seingatku itu pernah ada acaranya itu KPU Goes to School. Kemungkinan ya 1-2 jam. Nah, dari sudut pandangku, sejauh ini menarik serta lebih jelas bagi kami. Para siswa ataupun siswi, teman-teman saya semua. Disampaikannya langsung dari ahlinya tentunya. Namun, dalam segi penyampaian, awalnya sih seru ada sesi penampilan maskot KPU dalam bentuk boneka. Tapi, lama-lama agak membuat jenuh. Namun, yang paling menarik itu bakalan cara mencoblos di TPS serta membedakan kertas suara dari segi warna dan fungsi.” (Hasil wawancara dengan Dhimas 11 November 2024)

Berlandaskan keterangan informan diatas dirinya pernah berpartisipasi pada KPU *Goes to School* dalam kurun waktu 1 – 2 jam pada menurutnya acara tersebut menarik serta jelas karena mendapatkan informasi langsung dari penyelenggara pemilu ia juga turut menyoroti dari segi penyampaianya ia merasakan keseruan diawal acara karena ada sesi penampilan maskot KPU dalam bentuk boneka walaupun ia juga sempat merasakan kejenuhan namun yang menarik baginya yakni penyuluhan cara mencoblos agar suaranya sah sesuai aturan dan termasuk cara membedakan kertas suara pada pemilihan umum dari segi warna & fungsi.

6. Data Sekunder

Terkait mengenai data tingkat partisipasi jumlah pemilih berdasarkan usia berdasarkan temuan yang diperoleh dari permohonan informasi yang dilakukan peneliti dari “Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID KPU DIY)” bernomor *register* 1/PPIDKPUDIY-LSG/I/2025. Mengenai informasi data partisipasi pemilih di pemilu 2024 berdasarkan usia 17 - 25 khususnya generasi z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai informasi, penghitungan partisipasi pemilih menggunakan data pengguna hak pilih yang bersumber dari hasil penghitungan suara Pemilu 2024. Data pengguna hak pilih tersebut tidak memuat usia pengguna hak pilih. Dengan demikian, KPU tidak menyediakan informasi data partisipasi pemilih berdasarkan usia 17 – 25. KPU DIY hanya menyediakan tingkat partisipasi pemilih secara umum melalui prosentase partisipasi pemilih untuk pemilu tahun 2024 di tingkat D.I Yogyakarta melalui infografis berikut ini.



Gambar 3.14 Infografis Prosentase Partisipasi Pemilih Yogyakarta

Kemudian peneliti juga menemukan berdasarkan data yang dihimpun perludem (Perkumpulan Untuk Pemilu Dan Demokrasi) yang merupakan sebuah organisasi nirlaba mandiri yang menjalankan riset, advokasi, pemantauan, pendidikan, dan pelatihan di bidang kepemiluan dan demokrasi untuk pembuat kebijakan, penyelenggara, peserta, dan pemilih. Termuat di *Hanbook* “Partisipasi Pemuda pada Pemilu Serentak 2024” pada bagian II (Konfigurasi Pemilih Muda di Pemilu 2024) terkait data pemilih pemuda di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Jenis Kelamin	Jumlah Pemilih	% Jumlah Pemilih
Laki-laki	1.397.099	48,7%
Perempuan	1.483.875	51,3%



Pemilih usia muda di D.I. Yogyakarta mencapai 1.187.300 pemilih atau (41,3%) dari jumlah pemilih se D.I. Yogyakarta. Generasi milenial masih mendominasi yakni dengan 754.732 pemilih atau (26,28%) dan pemilih Gen Z sebanyak 432.568 atau (15,06%).

Gambar 3.15 Data Pemilih Pemuda Pemilu 2024 Yogyakarta

B. Hasil Pembahasan

1. Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi adalah suatu proses dalam mengalokasikan sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut mencakup lebih dari sekadar media massa dan komunikasi antar pribadi hal ini juga melibatkan setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan mengembangkan keterampilan di antara individu dan kelompok dalam konteks tugas-tugas yang diberikan oleh organisasi (Cangara, 2013, hal. 45). Tujuan utama perencanaan komunikasi adalah untuk memengaruhi khalayak dengan memaksimalkan penggunaan semua sumber daya komunikasi, melalui penetapan kebijakan komunikasi yang jelas. Khalayak yang dimaksud tidak hanya mencakup pihak eksternal organisasi, melainkan yang lebih penting adalah khalayak internal, yang menjadi sasaran utama dalam proses perencanaan komunikasi.

Sebagai lembaga penyelenggara pemilu, KPU DIY selalu merancang perencanaan komunikasi yang terstruktur, dengan fokus pada strategi yang dapat diterapkan untuk generasi Z atau pemilih pemula. Hal ini bertujuan agar mereka memperoleh informasi yang jelas tentang hak-hak mereka sebagai warga negara, baik di tingkat elektoral maupun dalam pemilihan umum. Dalam melaksanakan perencanaan komunikasinya, KPU DIY memanfaatkan seluruh sumber daya yang tersedia, dimulai dengan penetapan sasaran melalui identifikasi audiens. Sasaran ini mencakup berbagai kalangan, terutama generasi Z, yang dijangkau melalui berbagai saluran, termasuk kerja sama dengan universitas, organisasi kemasyarakatan seperti karang taruna, kunjungan langsung ke sekolah-sekolah,

serta kemitraan dengan dinas pendidikan yang memiliki peran penting dalam implementasi dan pengawasan. Semua langkah ini bertujuan agar informasi tentang kepemiluan dapat tersampaikan dengan tepat sasaran.

Selanjutnya, proses identifikasi sasaran dimulai dengan analisis data yang mencakup usia, pendidikan, serta minat politik generasi Z. Dalam analisis ini, perhatian juga diberikan pada media yang sering digunakan oleh generasi tersebut. Hal ini bertujuan untuk memahami karakteristik, preferensi, dan kebutuhan pemilih pemula dari generasi Z. KPU DIY juga memperhatikan data jumlah pemilih generasi Z serta pengelompokan lokasi mereka, yang meliputi sekolah, kampus, dan masyarakat. Kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti dinas pendidikan dan karang taruna, menjadi bagian integral dalam proses sosialisasi. Selain itu, KPU DIY membentuk tim yang bertanggung jawab atas penetapan sasaran, terdiri dari "Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat, dan SDM" serta "Sekretariat KPU DIY." Kolaborasi ini memastikan pendekatan yang komprehensif dan efektif.

Dan setelah mengetahui khalayak yang tepat, KPU DIY, dengan tim yang solid, memulai pelaksanaan perencanaan komunikasi, yang mencakup teknis seperti penyusunan materi, pemilihan metode pendekatan, penentuan lokasi yang sesuai dengan audiens, serta penyesuaian pesan dan konten yang akan disosialisasikan. Semua ini dilakukan dengan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki KPU DIY, dimulai dengan persiapan yang matang untuk memastikan efektivitas guna capai tujuannya.

2. Strategi Komunikasi

Strategi ini meliputi materi pesan, media yang digunakan, serta efek yang ingin dicapai, sehingga dapat memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Kemudian Strategi komunikasi hakikatnya ialah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) agar meraih sebuah capaian. Nah bersamaan dengan implementasinya juga pemanfaatan berbagai teknologi menjadi sebuah alat dalam menjangkau lebih luas dari para generasi z yang lekat dengan media sosial (Dimyati & Mujiono, 2006). Strategi komunikasi merupakan upaya yang dilakukan dengan mengintegrasikan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi, sehingga menjadi suatu pendekatan yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada. Dan Middleton (1980)

menekankan jika strategi komunikasi adalah kombinasi optimal dari berbagai elemen termasuk komunikator, pesan, media, penerima pesan, dan efek dirancang yang bertujuan guna mencapai hasil komunikasi maksimal (Cangara, 2014).

Strategi komunikasi pada Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) aktivitasnya diatur melalui landasan regulasi dari Peraturan KPU No. 9 Tahun 2022 mengatur Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilihan Umum dan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan atau Walikota dan Wakil Walikota yang ditetapkan KPU RI menyatakan di BAB III Pelaksanaan Partisipasi Masyarakat di pasal 3 berbunyi *“Partisipasi masyarakat dilakukan dengan tujuan menyebarluaskan informasi pemilu atau pemilihan; meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran masyarakat tentang hak dan kewajiban dalam pemilu dan pemilihan dan meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilu dan pemilihan”*. Kemudian regulasi mengatur aktivitas sosialisasi ada pada pasal 11 berbunyi *“Sosialisasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 10 ayat (1) huruf a dilakukan dengan metode langsung dan atau tidak langsung”*. Sebelum masuk pada aktivitas strategi komunikasi maka Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) terlebih dahulu melakukan identifikasi audiens untuk dapat menjangkau teman-teman generasi Z dengan terwujudnya kerjasama pada berbagai pihak dari mulai Osis (Organisasi Siswa Intra Sekolah), Organisasi Mahasiswa, Karangtaruna, dan Organisasi kepemudaan dan kemasyarakatan lainnya hingga Institusi Pendidikan dari Sekolah & Kampus bahkan Dinas Pendidikan yang tersebar di seluruh Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang dapat di jangkau. Serangkaian aktivitas strategi komunikasinya meliputi jika pertama metode sosialisasi secara langsung melalui proses aktivitas pendidikan pemilih sesuai ketentuan regulasi pada Peraturan KPU No 9 Tahun 2022 di Pasal 12 berbunyi *“Metode Sosialisasi secara langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf a dapat berupa forum warga, diskusi, seminar, lokakarya, pelatihan, ceramah, simulasi, gelar wicara, pemanfaatan budaya lokal tradisional dan atau metode lain yang memudahkan masyarakat untuk menyampaikan informasi pemilu atau pemilihan dengan baik”*. Lalu kedua ialah metode sosialisasi tidak langsung landasan regulasinya mengikuti Peraturan KPU No 9 Tahun 2022 di Pasal 13 ayat 1 berbunyi *“Metode Sosialisasi secara tidak langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf b dapat dilakukan melalui media massa cetak,*

media massa elektronik, media massa online, media daring, media sosial, media luar ruang, penyebaran bahan atau barang sosialisasi, media kreatif dan media lainnya”. Terdapat perbedaan strategi komunikasi yang dilakukan pada pemilu 2024 dengan Pemilu-pemilu sebelumnya. Adapun perbedaannya jika di Pemilu 2019 maupun Pilkada 2020 hanya sosialisasi tatap muka saja namun di Pemilu 2024 ada aktivitas nonton film yang dibuat KPU Republik Indonesia. Dan perbedaan berikutnya adalah berlandaskan Surat Keputusan KPU DIY Tentang Rencana Strategis Komisi Pemilihan Umum DIY Tahun 2020 – 2024 di tahun 2020 oleh KPU DIY. Kini lebih proaktif dalam menyebarkan informasi melalui media sosial, kampanye luring di sekolah, dan sosialisasi di berbagai komunitas lintas melalui penguatan jaringan di 2024 terdapat perubahan pada pendekatan edukasi pemilih. Jika di pemilu sebelumnya, program sosialisasi lebih bersifat umum di ruang formal seperti sekolah atau kampus. Sebagai respons karakteristik generasi Z lebih suka belajar dari pengalaman langsung secara informal dan menarik, Kini aktif sediakan diskusi di kafe yakni (*KPU Goes to Café*). Hal ini bertujuan agar pendekatan diserasikan karakteristik dari pemilih pemula dapat meningkatkan antusiasme maupun partisipasinya di Pemilihan umum (Pemilu).

Senada yang dilakukan oleh KPU DIY. Sebagai pembandingan seperti pada penelitian Qorina Lois Fadillah & Erfina Nurussa’adah (2022) yang berjudul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Kepala Daerah 2020”. Peneliti mendapatkan jika peluncuran program Rumah Pintar Pemilu (RPP) untuk memberikan informasi dan panduan pemilu. Materi disajikan dalam bentuk digital game, animasi, kaleidoskop, dan audio agar menarik. Berkat strateginya partisipasinya meningkat 7,28% pada 2020, berbanding 45,4% pada 2015 dan 51,6% pada 2019. Dipicu antusiasme yang lebih tinggi di Pilkada 2020, berkat pendekatan lebih sesuai dengan karakteristiknya.

Berlandaskan dalam apa yang sudah dihimpun oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi 2003. menjelaskan bahwa fungsi ganda yang dimiliki oleh strategi komunikasi secara makro (*planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategy*) antara lain, Pertama Pesan komunikasi disebarluaskan secara informatif, persuasif, serta instruktif mempergunakan cara yang sistematis tepat pada sasaran agar hasil yang didapatkan menjadi maksimal. Dan Kedua sebagai jembatan

antara kesenjangan budaya, yakni untuk pencegahan kondisi akibat kemudahan didapat melalui media dianggap dapat merusak nilai-nilai telah dibangun.

Senada apa yang dikemukakan diatas sebagai lembaga penyelenggara pemilu. Pertama penerapan strategi komunikasi Pada tingkat makro, KPU DIY menjalankan fungsi informatif dengan menyampaikan informasi yang jelas dan akurat mengenai proses pemilu melalui berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, situs laman resmi, dan publikasi cetak. Informasi ini mencakup tahapan pemilu, aturan yang berlaku, serta hak suara pemilih. Selain itu, KPU DIY juga mengoptimalkan fungsi partisipatif dengan mendorong keterlibatan aktif masyarakat, misalnya melalui forum diskusi dan kolaborasi dengan organisasi masyarakat sipil untuk memperluas pemahaman dan partisipasi dalam proses pemilu. Tak hanya itu, dalam fungsi edukatif, KPU DIY berfokus pada peningkatan kesadaran pemilih, terutama pemilih muda dari Generasi Z, dengan mengadakan berbagai program pendidikan pemilih. Program ini meliputi sosialisasi di sekolah-sekolah dan lembaga pendidikan lainnya, yang bertujuan untuk menggugah kesadaran akan pentingnya partisipasi di pemilu.

Pada tingkat mikro, strategi komunikasi diimplementasikan pada unit-unit atau sub-unit organisasi untuk memastikan anggota organisasi mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Ini dilakukan dengan pendekatan yang lebih *personal* untuk menciptakan rasa kepuasan dan memastikan bahwa Generasi Z memahami peran dan tanggung jawab mereka dalam pemilu. Selain itu, KPU DIY memanfaatkan media personal untuk membangun kedekatan dengan pemilih muda. Contohnya, mereka membagikan informasi mengenai tahapan pemilu, jadwal pemungutan suara, serta prosedur pendaftaran sebagai pemilih melalui infografis, *video* pendek, dan cerita di *platform* media sosial lebih familiar dengan Generasi Z. Dengan memadukan kedua strategi ini, KPU DIY tidak hanya memastikan bahwa informasi pemilu tersebar luas, tetapi juga ciptakan interaksi mendalam dan edukatif dengan pemilih pemula, dan diharapkan dapat meningkatkan partisipasi di pemilu.

Hafied Cangara dalam bukunya mengemukakan terdapat ragam bentuk strategi komunikasi menurutnya terdiri dari Komunikasi Verbal & Non verbal yakni ialah penyampaian pesan secara langsung memerlukan penggunaan lisan sedangkan. Non verbal melibatkan ekspresi wajah, gerakan tubuh, sikap, dan elemen non-verbal lainnya untuk menyampaikan pesan, Komunikasi Formal dan

Informal yakni jika formal berkaitan dengan aturan dan struktur komunikasi yang jelas, seperti pertemuan atau rapat resmi dan surat resmi. Lalu informal adalah komunikasi yang tidak terikat oleh aturan tertentu, seringkali lebih santai dan bersifat personal, Komunikasi Interpersonal dan Kelompok yakni Komunikasi antara dua individu dan kelompok melibatkan lebih dari dua orang dalam suatu percakapan atau interaksi, Komunikasi Instruksional yakni mencakup penggunaan bahasa dan pesan yang bersifat instruksional, Komunikasi Motivasi yakni aktivitas yang dapat memotivasi atau menginspirasi orang agar mencapai tujuan tertentu, Komunikasi Persuasif yakni aktivitas mempengaruhi orang lain melalui argumen dan bujukan yang meyakinkan, Komunikasi Informatif yakni menyampaikan informasi dengan jelas dan akurat tanpa upaya mempengaruhi atau meyakinkan, Komunikasi Pemberdayaan & Komunikasi Konflik yakni mendorong orang lain untuk kembangkan potensi mereka sendiri agar merasa lebih kuat dalam mengambil keputusan dan menangani konflik melalui komunikasi efektif dan pemecahan masalah. (Cangara, Hafied. 2014).

Berdasarkan temuan yang diperoleh, strategi komunikasi yang diterapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) melibatkan berbagai pendekatan yang terintegrasi untuk menjangkau pemilih pemula. Beberapa strategi yang dilaksanakan KPU DIY antara lain. Pertama KPU DIY menggunakan komunikasi verbal melalui seminar, workshop, serta interaksi langsung dengan komunitas pemuda di berbagai lokasi. Selain itu, komunikasi non-verbal diterapkan melalui visual dan simbol seperti baliho, poster, infografis, dan leaflet yang dirancang menarik dan mudah dipahami untuk menyampaikan informasi mengenai tahapan pemilu dan cara mendaftar sebagai pemilih.

Kedua Dalam komunikasi formal, KPU DIY melakukan kampanye edukasi melalui media sosial untuk menyebarkan informasi tentang proses pemilu dengan konten kreatif yang sesuai dengan fakta yang ada. Sedangkan dalam komunikasi informal, media sosial digunakan untuk menciptakan suasana yang lebih santai dan tidak resmi dibandingkan komunikasi formal, seperti surat atau pengumuman resmi. Ketiga secara interpersonal, KPU DIY bekerja sama dengan institusi pendidikan untuk menyelenggarakan seminar, nonton bareng film KPU, serta diskusi dan pelatihan di sekolah-sekolah (SMA/SMK/MAN), pesantren, dan universitas. Contoh programnya Pertama yakni *KPU Goes to School* di MAN 3 Sleman, SMKN 1 Saptosari, SMA N 3 Yogyakarta selain

sosialisasi juga dibarengi nonton film KPU, Kedua ada KPU *Goes to* Pesantren di Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta

Yayasan Ali Maksum, Pondok Pesantren Sunan Pandanaran, Pondok Pesantren Al Imdad, KPU *Goes to Campus* aktivitasnya selain sosialisasi juga dibarengi nonton film KPU di Universitas Gadjah Mada, Universitas Aisyiyah, Universitas Sanata Dharma, Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, STAI Sunan Pandanaran, UIN Sunan Kalijaga. Ini semua baik KPU *Goes to School*, *Goes to* Pesantren, *Goes to Campus* dilakukan dalam kurun waktu dari bulan Oktober 2023 – Januari 2024. Kemudian dalam komunikasi kelompok, KPU DIY mengorganisir forum diskusi dan *workshop* dengan melibatkannya, berbagi pengalaman dan pandangan tentang pemilu, disertai nonton film KPU. Contohnya sosialisasi dan Nonton film KPU untuk Pemilu 2024 bersama Ikatan Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Subang (IPMKS), Ikatan Mahasiswa Sulawesi (IKAMI).

Keempat yakni berbentuk Strategi Komunikasi Instruksional KPU DIY memanfaatkan media sosial resmi untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan pemilih pemula. Ini menunjukkan pemahaman terhadap karakteristik audiens dan pemanfaatan teknologi merupakan kunci komunikasi yang efektif.

Kelima yakni berbentuk Strategi Komunikasi Persuasif dalam pendekatan ini, KPU DIY menggunakan media *digital*, seperti *podcast* yang dirilis di kanal *YouTube* resmi KPU DIY, untuk memberikan ruang bagi pemilih pemula untuk berdialog secara santai, sehingga menciptakan keterlibatan yang lebih interaktif.

Keenam berbentuk Strategi Komunikasi Pemberdayaan adapun aktivitasnya melibatkan pemilih pemula sebagai relawan dalam proses pengambilan keputusan demokrasi, seperti menjadi bagian dari badan ad-hoc KPPS (Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara). Bertujuan memberi pemahaman lebih dalam mengenai proses pemilu melalui kontribusi langsung.

Ketujuh berbentuk Informatif KPU DIY berupaya memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai proses pemilu dengan mengadakan kampanye berbasis data serta menyediakan layanan informasi terpadu melalui laman resmi KPU DIY <https://diy.kpu.go.id> & <https://jdih.kpu.go.id/diy>.

Sebagai perbandingan, wawancara dilakukan dengan pemilih pemula berusia 17-20 tahun yang belum pernah memilih yakni merupakan pelajar dan mahasiswa yang baru terdaftar di pemilu 2024. Beberapa menilai aktivitas sosialisasi KPU menarik dan mudah dipahami, dengan kampanye media sosial

cenderung persuasif dan informatif. Namun, ada juga menyatakan bahwa aktivitasnya masih *mainstream* atau terlalu banyak diikuti masyarakat luas. Hingga beberapa menyatakan belum pernah mengikuti sosialisasi, karena belum menjangkau keseluruhan pemilih pemula.

3. Media Komunikasi

Aktivitas komunikasi media yang dilakukan oleh KPU DIY dalam menyampaikan pesan kepada khalayak telah memiliki dasar hukum yang mengikat sesuai dengan peraturan yang relevan, sebagaimana diatur dalam Peraturan KPU No. 9 Tahun 2022 Peraturan ini mengatur partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum dan pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan atau walikota dan wakil walikota yang ditetapkan KPU RI menyatakan di BAB III Pelaksanaan Partisipasi Masyarakat di pasal 11 berbunyi *“Sosialisasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 10 ayat (1) huruf a dilakukan dengan metode langsung dan atau tidak langsung”*. Selanjutnya pasal 12 berbunyi

“Metode Sosialisasi secara langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf a dapat berupa forum warga, diskusi, seminar, lokakarya, pelatihan, ceramah, simulasi, gelar wicara, pemanfaatan budaya lokal tradisional dan atau metode lain yang memudahkan masyarakat untuk menyampaikan informasi pemilu atau pemilihan dengan baik”. Serta Pasal 13 ayat 1 berbunyi

“Metode Sosialisasi secara tidak langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf b dapat dilakukan melalui media massa cetak, media massa elektronik, media massa online, media daring, media sosial, media luar ruang, penyebaran bahan atau barang sosialisasi, media kreatif dan media lainnya”.

Dalam prakteknya, KPU DIY menggunakan berbagai saluran komunikasi, termasuk pemberitaan media, radio, televisi, dan podcast dengan media ternama seperti Tribun dan Harian Jogja (Harjo), dengan fokus utama pada pemilih pemula. Selain itu, dalam sosialisasi tatap muka, KPU DIY tidak hanya mengandalkan pidato atau ceramah, melainkan juga memanfaatkan film sebagai metode untuk memberikan tontonan yang bersifat edukatif sekaligus menghibur, dengan tujuan agar tidak terkesan monoton dan tetap menarik, sambil menyertakan sesi diskusi. KPU DIY juga secara aktif memanfaatkan *platform* media sosial seperti X (Twitter), TikTok, Instagram, dan YouTube sebagai saluran komunikasi tambahan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

4. Evaluasi

Menurut Mohammad Ali (2014), evaluasi adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk menilai kelayakan perencanaan, pelaksanaan, dan hasil dari suatu program atau kebijakan. Dalam pandangan Stanley dan Hopskin (1978) yang dikutip oleh Mohammad Ali (2014), evaluasi diartikan sebagai proses penilaian terhadap nilai suatu hal. Sementara itu, Sugiyono (2015) menyatakan bahwa evaluasi merupakan suatu proses yang digunakan untuk menilai sejauh mana perencanaan dapat dilaksanakan dan sejauh mana tujuan program telah tercapai. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa evaluasi adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan guna menilai kelayakan suatu program, yang mencakup tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga hasil akhirnya. Tanpa evaluasi terhadap program yang telah dilaksanakan, akan sulit untuk mengetahui sejauh mana tujuan program tercapai dan seberapa efektif program tersebut. Oleh karena itu, evaluasi yang terencana dan berkala sangat diperlukan untuk memastikan pencapaian tujuan program. Selanjutnya, akan dibahas mengenai evaluasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) terhadap efek yang diharapkan dari aktivitas komunikasinya akankah sesuai tujuan yang tercapai.

Berdasarkan temuan yang ada, dapat dipahami bahwa berbagai aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh KPU DIY dalam mencapai tujuan-tujuannya telah melalui proses pengujian yang mendalam. Proses ini dimaksudkan untuk menjadi bahan evaluasi dan refleksi bagi setiap aktivitas yang dilakukan, terutama yang menyangkut generasi Z. Sebelum melaksanakan aktivitas komunikasi dalam agenda-agendanya, KPU DIY terlebih dahulu melakukan analisis secara menyeluruh, baik dari sisi peraturan perundang-undangan terkait kepesertaan maupun materi yang disampaikan. Verifikasi materi dilakukan melalui instrumen seperti kuesioner pada tahap pre-test dan post-test dengan tujuan untuk memastikan terjalannya pemahaman yang tepat antara pihak KPU DIY dan sasaran yang dituju.

Kendati demikian KPU DIY telah secara rutin mengadakan evaluasi pasca pemilu guna menilai hasil dari program-program yang telah dilaksanakan. Proses evaluasi ini terlihat dari capaian tingkat partisipasi masyarakat serta pola sosialisasi yang dilakukan, yang memakan waktu cukup lama, bahkan bisa mencapai beberapa bulan, untuk memastikan segmen-segmen tertentu yang belum

tercapai. Evaluasi ini dilakukan secara kontinu untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kekurangan yang ada. Aktivitas komunikasi yang gencar dilakukan oleh KPU DIY telah sesuai dengan tujuannya dan memberikan dampak yang diharapkan. Indikator keberhasilan dapat dilihat dari tingkat partisipasi yang tinggi, di mana tidak terdapat laporan negatif atau gugatan dari pemilih pemula, yang menjadi bukti bahwa strategi yang dijalankan berjalan dengan baik. Dan jika dilihat dari angka partisipasi secara umum yang mencapai 88,88%, hal ini melebihi target partisipasi nasional dan menunjukkan bahwa KPU DIY terus melakukan evaluasi secara konsisten untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, bahkan melampaui ekspektasi yang ada.

5. *Feedback Respon Gen Z Terhadap Aktivitas Komunikasi KPU DIY*

Pada pembahasan kali ini, penelitian mengenai respon pemilih pemula, khususnya generasi Z, dilakukan melalui wawancara dengan 14 informan yang merupakan penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta berusia 17-20 tahun, terdiri dari siswa-siswi sekolah menengah dan mahasiswa yang belum pernah mengikuti pemilu serta baru terdaftar sebagai pemilih pada Pemilu 2024. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengidentifikasi tanggapan mereka terhadap aktivitas komunikasi yang diterapkan oleh KPU DIY. Respon yang diberikan terbagi dalam dua kategori utama.

Kategori pertama berfokus pada respons terhadap isi informasi yang disampaikan oleh KPU DIY. Informan pertama menilai upaya KPU DIY dalam mengkampanyekan pemilu dengan menyebarkan informasi sangat efektif, khususnya desain konten yang dianggap sangat relevan dengan karakteristik generasi Z. Meskipun demikian, informan ini menyarankan agar alat peraga kampanye dan konten berita lebih diperhatikan agar semakin menarik minat kelompok usia tersebut. Informan kedua, yang mengakses informasi melalui media sosial dan internet, mengungkapkan bahwa media sosial KPU DIY membantu meminimalisir penyebaran informasi palsu, serta memberikan informasi yang berkualitas dan penting untuk pengetahuan pemilih pemula. Informan ketiga juga memberikan tanggapan positif terhadap kemudahan akses informasi, khususnya tentang rekapitulasi daftar pemilih sementara yang dapat dengan mudah ditemukan melalui akun *Instagram* resmi KPU DIY. Namun, informan keempat memberikan kritik terkait masih adanya pandangan negatif

terhadap pemilu di kalangan generasi Z dan milenial. Menurutnya, konten yang ada di *Instagram* dan *TikTok* KPU DIY belum cukup efektif menjangkau kelompok usia tersebut, kecuali jika mereka secara aktif mencari informasi. Sebagai alternatif, informan ini berpendapat bahwa kampanye melalui poster untuk menghindari golput lebih baik diterima. Informan kelima juga mengkritik kurangnya daya tarik konten yang disajikan oleh KPU DIY untuk generasi Z, terutama dalam hal promosi dan *branding*, yang dirasa kurang kreatif. Ia menyarankan agar konten yang disampaikan lebih inovatif untuk menarik perhatian generasi Z yang terpengaruh oleh isu-isu sekitarnya. Informan keenam menilai bahwa pendekatan teknologi dan media sosial oleh KPU DIY adalah langkah yang relevan mengingat dominasi penggunaan teknologi oleh generasi Z. Informan ketujuh memberikan *feedback* positif terhadap *Instagram* KPU DIY meskipun tidak sering mengaksesnya, ia tetap merasa konten yang disajikan menarik. Ia menyarankan agar KPU DIY memanfaatkan iklan *Instagram* untuk memperluas jangkauan audiens atau khalayaknya.

Kategori kedua mencakup respons terhadap metode penyampaian informasi yang dilakukan oleh KPU DIY. Informan pertama mengungkapkan bahwa sosialisasi yang dilakukan KPU DIY di sekolahnya terbatas hanya dalam 30-60 menit dan hanya ditujukan kepada kelas 12, sehingga terasa kurang mendalam. Informan kedua memberikan tanggapan bahwa sosialisasi langsung oleh KPU DIY di sekolah-sekolah Yogyakarta belum menyeluruh, dan lebih banyak dilakukan oleh guru mata pelajaran, khususnya guru Pendidikan Kewarganegaraan. Informan ketiga melaporkan bahwa sosialisasi di sekolahnya memberikan informasi mengenai pemilihan dan pengecekan status pemilih, serta penyuluhan terkait pindah memilih. Informan keempat mengeluhkan belum pernah mendapatkan sosialisasi langsung dari KPU DIY selama masa sekolah, dan berharap sosialisasi dapat lebih diperluas. Informan kelima berbagi pengalaman mengikuti sosialisasi "*KPU Goes to School*" di Man 3 Sleman pada Januari 2024, yang menurutnya menarik karena melibatkan penayangan film dengan aktris Shenina Cinnamon dan pengenalan layanan Cek DPT *Online*. Terakhir, informan keenam menilai acara *KPU Goes to School* menarik meskipun ada momen kejenuhan, namun ia menyoroti sesi penyuluhan terkait cara mencoblos yang sah dan cara membedakan kertas suara dari segi fungsi & warna yang sangat bermanfaat baginya.

Secara keseluruhan, respons informan menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa kritik terkait metode dan konten komunikasi KPU DIY, banyak juga yang memberikan feedback positif mengenai upaya-upaya yang telah dilakukan, dengan beberapa saran untuk meningkatkan kualitas dan jangkauan sosialisasi serta konten yang lebih kreatif dan relevan bagi generasi Z.

6. Perbandingan Penelitian Terdahulu

Berikut perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti :

- a. Qorina Lois Fadilah & Erfina Nurussa'adah (2020) berjudul Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Kepala Daerah 2020. Hasil penelitiannya mengungkapkan jika KPU Yogyakarta berhasil meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pilkada 2020, meningkat 7,28% dibandingkan 5,95% pada Pilkada 2015, meskipun di tengah pandemi *Covid-19*. Peningkatan ini dicapai melalui sosialisasi pendidikan pemilih yang mengoptimalkan pertemuan virtual, tatap muka terbatas, dan media sosial. Walaupun terdapat kesamaan topik, lokasi serta objek yang diteliti namun kebaruan penelitian KPU DIY untuk menjadi perbandingan dapat ditemukan jika pada Pemilu 2024 sudah dalam kondisi endemi *Covid-19* artinya sudah pasca pandemi serta aktivitas strategi komunikasinya tentu mengalami penyesuaian pada aktivitas sosialisasi pendidikan pemilihnya tidak dominan dalam ruang virtual saja serta regulasi menjadi acuan strategi komunikasi KPU DIY alami perubahan pasca pandemi akibat sudah tidak berlaku regulasi dari kondisi bencana non-alam *corona virus disease* 2019.
- b. Dewi Sri Lestari (2020) berjudul Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Tahun 2018 Di Kabupaten Pinrang. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi KPU Kabupaten Pinrang lebih menekankan pada kolaborasi dengan relawan demokrasi dan organisasi masyarakat untuk sosialisasi, bimbingan teknis, serta pelatihan panitia, meskipun tidak dilakukan secara rutin. Strategi ini berfokus pada tiga segmen SMA, mahasiswa, dan masyarakat umum, dengan indikator sasaran jangka panjang, pemilihan tindakan, dan alokasi sumber daya untuk meningkatkan partisipasi pemilih.

Sementara itu, di KPU DIY, meskipun ada kesamaan dalam membahas pemilih pemula, namun tidak sampai di bentuk relawan demokrasi. KPU DIY lebih mengutamakan *roadshow* untuk sosialisasi yang dilakukan dengan cara berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain melalui kerjasama dengan *stakeholder*.

- c. Ani Apsah Lubis (2024) berjudul Strategi KPU Kota Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Gen-Z Melalui Program *GOES TO CAMPUS*. Penelitiannya hanya berfokus pada program KPU *Goes to Campus* yang terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi pemilih Gen Z dengan mengedukasi pentingnya berpartisipasi dalam pemilu dan meningkatkan kesadaran politik di kalangan mahasiswa. Strategi yang diterapkan mencakup pendekatan interaktif, pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan ormawa. Meskipun topiknya serupa, penelitian ini berbeda dari penelitian KPU DIY yang lebih menekankan pada strategi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula Gen Z di Pemilu 2024, Sementara itu, penelitian KPU Kota Bandar Lampung lebih berfokus pada strategi manajemen dan hanya melibatkan mahasiswa sebagai informan, sedangkan penelitian KPU DIY melibatkan pelajar hingga mahasiswa serta membahas program-program seperti *Goes to Campus*, *Goes to Pesantren*, *Goes to Café*, *Goes to School* dan disertai aktivitas melalui menonton film KPU.
- d. Ananda Yayang Praduta (2024) berjudul Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Menuju Pemilu Tahun 2024 Di Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa KPU Kabupaten Kutai Kartanegara, melalui kerjasama dengan pemerintah daerah dan lembaga pendidikan, telah menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan partisipasi pemilih, seperti sosialisasi di sekolah, pembentukan kelas pemilu, dan pemanfaatan media sosial. Meskipun ada kesamaan dalam mengkaji partisipasi pemilih pemula. Namun penelitian KPU DIY menggunakan fokusnya di pemahaman konteks dan dinamika spesifik dari studi kasusnya, berbeda dengan pendekatan eksperimen di penelitian sebelumnya berdasar filsafat ilmiah agar hasilkan temuannya di generalisasi ke populasi luas.

- e. Muhammad Rizki Kurniawan, Desi Erawati, Heri Setiawan, Harmain (2024) berjudul Strategi Komunikasi KPU Dalam Meningkatkan Partisipasi Gen Z Pada Pemilu 2024. Penelitiannya menghasilkan bahwa KPU Kalimantan Tengah berhasil efektif menerapkan strategi komunikasi serta telah memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube*, serta media tradisional seperti koran, radio, dan situs web. Selain itu, KPU menjalankan program edukasi politik "*KPU Goes to School*" & "*KPU Goes to Campus*" kepada pelajar. Sejalan dengan penelitian dilakukan peneliti. Penelitian terdahulu lebih mengarah pada pengaruh media terhadap Pemilu, melalui digitalisasi dan media sosial, serta bagaimana KPU menggunakan Teori Agenda Setting untuk membentuk persepsi publik. Sedangkan di KPU DIY, fokusnya mengetahui dan memahami "*realitas close up*" agar terilhami deskripsi lebih komprehensif dari strategi komunikasinya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari temuan diperoleh dapat tersimpulkan bahwa Pertama strategi komunikasinya terintegrasi sebab KPU DIY dalam penerapannya yang terintegrasi dengan memanfaatkan berbagai pendekatan, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk menjangkau pemilih pemula dari Generasi Z. Hal ini mencakup penggunaan seminar, *workshop*, dan interaksi langsung, serta pemanfaatan media sosial untuk menyebarkan informasi.

Kedua pendekatannya partisipatif dan edukatif kendati demikian karena KPU DIY fokus pada peningkatan kesadaran dan pemahaman pemilih muda melalui program edukasi yang menarik, seperti "*KPU Goes to School*", "*Goes to Campus*", "*Goes to Pesantren*", "*Goes to Café*". Metode sosialisasinya melibatkan diskusi interaktif dan nonton bareng film KPU RI untuk menarik minat pemilih Gen Z.

Ketiga pemanfaatan media sosialnya menurut analisis peneliti yaitu media sosial menjadi alat penting dalam strategi komunikasi KPU DIY, salah satu platformnya seperti *Instagram*, *YouTube*, *TikTok*, *X (Twitter)* digunakan untuk menyampaikan informasi secara kreatif dan menarik. Untuk mendekatkan dengan pemilih pemula dan meningkatkan partisipasinya.

Keempat dari segi identifikasi khalayaknya di penelitian ini menekankan pentingnya identifikasi khalayak dalam merumuskan strategi komunikasi. KPU DIY melakukan analisis terhadap karakteristik demografis dan preferensi media pemilih pemula untuk memastikan pesan disampaikan diterima dengan baik.

Kelima meskipun ada upaya yang signifikan dalam meningkatkan partisipasinya, terdapat tantangan seperti kurangnya pemahaman pentingnya pemilu dan hambatan administratif yang dapat menghalangi partisipasi mereka.

Keenam penelitian ini merekomendasikan agar KPU DIY terus mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inovatif dan responsif terhadap karakteristik pemilih muda, serta memperkuat kolaborasi untuk menjangkau lebih banyak pemilih pemula.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efisien dan adaptif sangat penting dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula Generasi Z di pemilu 2024.

B. Keterbatasan Penelitian

Sebagai peneliti tentu menyadari dalam penelitiannya memiliki ragam keterbatasan yang harapannya dapat menjadi tafakur secara ilmiah di keilmuan yang peneliti miliki. Keterbatasannya seperti minimnya waktu untuk lebih banyak penggalian informasi melalui berbagai sumber, sehingga tidak memungkinkan agar memperoleh informasi secara sempurna lebih konkret dan rinci. Selanjutnya keterbatasan akses ke narasumber akibat padatnya di tengah Pilkada 2024 oleh sebab itu hanya memberikan 1 orang komisioner sebagai narasumber. Terakhir keterbatasan dari segi data pembandingan belum bisa tergeneralisasi karena melakukannya secara kualitatif hanya 14 informan sehingga belum dapat tergeneralisasi secara sempurna.

C. Saran

1. Bagi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY)

Berlandaskan hasil penelitian yang telah diobservasi dan dianalisis dari temuan yang ada, peneliti menyarankan KPU DIY memperluas jangkauan *stakeholder* terutama pada institusi pendidikan mengingat peneliti masih menemukan di wilayah Kota Yogyakarta dan Sleman justru masih ada yang belum pernah mengalami pendidikan sosialisasi kepemiluan oleh KPU DIY. Tujuannya agar terdapat pemerataan dan meminimalisir ketidakterjangkauan pada pemilihan pemula gen z pada pemilihan umum selanjutnya

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian tidak hanya di KPU Provinsi juga bisa di KPU Kota atau Kabupaten untuk mendalami terkait strategi komunikasi digital, khususnya menggali lebih jauh tentang berbagai pendekatan dan teknik yang diterapkan melalui media digital di konteks komunikasi organisasi atau hubungan publik. Selain itu, dapat mengadopsi teori-teori yang relevan, seperti Teori Difusi Inovasi (*Innovation Diffusion Theory*) untuk mengeksplorasi bagaimana inovasi dalam teknologi digital diterima oleh Masyarakat. Untuk terwujudnya kebaruan terkini pada sumbangsih pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku / Buku Elektronik

- Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab (2017) *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Adji Watono & Maya C. Watono (2013) *Integrated Marketing Communication That Sells*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ahmad (2020) *Manajemen Strategi*. Makassar: Cv Nas Media Pustaka.
- Anni Muhammad (2014) *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Aliyandi A. Lumbu (2020) *Strategi Komunikasi Dakwah: Studi Masyarakat Miskin Perkotaan Dalam Peningkatan Pemahaman Ajaran Agama Islam*. Yogyakarta: CV.Gree Publishing, 19-23.
- Cangara, Hafied (2013) *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied (2014) *Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Cangara, Hafied (2009) *Komunikasi Politik Konsep Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied (2016) *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- Deddy Mulyana (2007) *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Rosdakarya. Deddy Mulyana (2015) *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 70.
- Mudjiono Dimiyati (2006) *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 126.
- Hardani, dkk (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup
- Imam Gunawan (2013) *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kinkin Yuliaty Subarsa Putri (2017) *Teori Komunikasi*. Jakarta: Graha Pena Jakarta, 2017.
- Kuo D. Clientelism (2018) *Capitalism, and democracy: The rise of programmatic politics in The United States and Britain*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lexy J. Moleong (2007) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja

- Rosdakarya, 26.
- M. Rusli Karim (1991) *Pemilu Demokratis Kompetitif*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.
- Morissan (2013) *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana, 26.
- Onong Uchjana Effendy (1984) *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 6.
- Onong Uchjana Effendy (2009) *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni, 84.
- Suprpto T (2011) *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. Jakarta: Buku Seru.
- Suryanto (2015) *Pengantar Ilmu Komunikasi Bandung*. CV Pustaka Setia.
- Syahrial Syarbaini, et.al. (2021). *Teori Media dan Strategi Komunikasi Politik*. Jakarta: Universitas Esa Unggul, 160.
- Twenge, J. M. (2018). *iGen: Why Today's Super-connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy?: And Completely Unprepared For Adulthood: And What That Means For The Rest Of Us*. Atria Books.

B. Sumber Jurnal / Jurnal Elektronik

- Ananda, Yayang Praduta (2024) Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Menuju Pemilu Tahun 2024 Di Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur. Diploma thesis, IPDN (URL: <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/19474> Tanggal Akses 15 November 2024)
- Ani, Apsah Lubis (2024) Strategi KPU Kota Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Gen-Z Melalui Program “GOES TO CAMPUS”. Diploma thesis, UIN Raden Intan Lampung (URL: <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/19474> Tanggal Akses 15 November 2024)
- Beniman., Mursin., Ikbar., Chairan Zibar L Parisu. (2022) Pemilih Pemula Dalam Pemilu 2024. JSES: *Jurnal Sultra Elementary School* Vol. 3, No. 2 Tahun 2022, e-ISSN: 2716-036X. (URL: <http://ejournal.unsultra.id/index.php/JSES/article/view/90> Tanggal Akses 27 Februari 2024)
- Daulay, Khairatun Uma (2021) Strategi Humas Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pilkada Bupati dan Wakil

- Bupati Priode Tahun 2020-2024 Kabupaten Labuhanbatu. *Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. (URL: <http://repository.uinsu.ac.id/13242/> Tanggal Akses 27 Februari 2024)
- DS Lestari (2020) Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Tahun 2018 Di Kabupaten Pinrang. (URL: https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8804-Full_Text.pdf Tanggal Akses 28 Februari 2024)
- DS Lestari (2020) Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Tahun 2018 Di Kabupaten Pinrang. (URL: https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8804-Full_Text.pdf Tanggal Akses 28 Februari 2024)
- Erawati, D., Indiyanti, A., & Syafera, A (2023) The Construction Of The Millennial Generation Religious Vision Through Digital Literacy. *Journal For the Study of Religions and Ideologies*, 22. (URL: <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/6206/4484/9877> Tanggal Akses 29 Februari 2024)
- Haryanto, Gabriella Chandra (2019) Perbedaan Penggunaan Internet, Media Sosial, Dan Persepsi Pada Dunia Kerja Menurut Tahun Kelahiran Generasi Z (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis & Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *S1 Thesis*, UAJY. (URL: <https://e-journal.uajy.ac.id/20854/> Tanggal Akses 1 Maret 2024)
- Negoro, T., & Tiopan, D (2023) Menyongsong Pesta Pemilihan Umum 2024 Bagi Generasi Milenial dan Gen Z. (URL: http://sendimas2023.ukrida.ac.id/repository/79_Sendimas_2023_296-301.pdf Tanggal Akses 3 Maret 2024)
- Nuryadi Kadir (2020) Media Sosial dan Politik Partisipatif: Suatu Kajian Ruang Publik, Demokrasi Bagi Kaum Milenial dan Gen Z. *Resiprokal*. (URL: <https://resiprokal.unram.ac.id/index.php/RESIPROKAL/article/download/225/65/> Tanggal Akses 3 Maret 2024)
- Nurhang. (2020) Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Terhadap Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Menggunakan Hak Pilih Pada Pilkada Tahun 2018 (URL: <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/2072/>

Tanggal Akses 4 Maret 2024)

Nur Wardhani, P. S (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57. (URL: <https://doi.org/10.24114/jupiis.v10i1.8407> Tanggal Akses 6 Maret 2024)

QL Fadila., & Nurussa'adah E. (2022). Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Kepala Daerah 2020. (URL: <https://eprints.amikom.ac.id/id/eprint/387/> Tanggal Akses 7 Maret 2024)

C. Sumber Internet

August Mellaz merupakan salah satu dari 7 anggota KPU RI. Ia dikenal sebagai penggiat dari masyarakat sipil. Selain itu ia juga sering terlibat dalam kajian penelitian isu kepemiluan. (URL: <https://news.republika.co.id/berita/rpvb7k409/kpu-pemilu-2024-didominasi-pemilih-muda-berusia-1740-tahun> Tanggal Akses 7 Maret 2024).

Badan Pemeriksaan Keuangan RI (2017). “Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang pemilihan umum”. (URL: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/37644/uu-no-7-tahun-2017> Tanggal Akses 29 Februari 2024)

Databoks Katadata (2022) “Survei: Partisipasi Pemilih Muda Meningkat pada Pemilu 2019”. (URL: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/21/ini-tingkat-partisipasi-pemilih-pada-pemilu-legislatif-1955-2019> Tanggal Akses 1 Maret 2024)

Detik News (2024) “Anak Muda dan “Political Engagement” dalam survey”. (URL: <https://news.detik.com/kolom/d-7124183/anak-muda-dan-political-engagement-dalam-survei> Tanggal Akses 3 Maret 2024)

Detik News (2018) “Menyelamatkan Pemilih Pemula”. (URL: <https://news.detik.com/kolom/d-4240110/menyelamatkan-pemilih-pemula> Tanggal Akses 4 Maret 2024)

Detik News (2019) “Partisipasi Pemilu 2019 Lampaui Target KPU Masyarakat Percaya Pemilu”. (URL: <https://news.detik.com/berita/d-4566879/partisipasi-pemilu-2019-lampaui-target-kpu-masyarakat-percaya-pemilu> Tanggal Akses 4 Maret 2024)

- Diy.Kpu.Go.id (2019) “Arsip Pemilu DIY”. (URL: <https://diy.kpu.go.id/page/read/43/arsip-pemilu> Tanggal Akses 5 Maret 2024)
- Diy.Kpu.Go.id (2022) “Sejarah KPU”. (URL: <https://diy.kpu.go.id/page/read/43/arsip-pemilu> Tanggal Akses 8 Agustus 2024)
- Goodstats (2023) “Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z”. (URL: <https://data.goodstats.id/statistic/pierrerainer/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv/> Tanggal Akses 5 Maret 2024)
- Kompas.com (2014) “Antusiasme Pemilih Muda. (URL: <https://nasional.kompas.com/read/2014/04/08/1946582/Antusiasme.Pemilih.Muda?page=all>
- Kpu.go.id (2022) “Strategi Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula”. (URL: <https://www.kpu.go.id/berita/baca/10559/strategi-meningkatkan-partisipasi-pemilih-pemula> Tanggal Akses 6 Maret 2024)
- Kpu.go.id (2022) “Peran Pemilih Pemula Dalam Pemilu 2024”. (URL: <https://www.kpu.go.id/berita/baca/10700/peran-pemilih-pemula-dalam-pemilu-2024> Tanggal Akses 8 Maret 2024)
- Puskapol UI (2015) “Memaknai Ulang Partisipasi Warga: Tahu, Mampu, Awasi!”. (URL: http://www.puskapol.ui.ac.id/wp-content/uploads/2015/01/PPT-Partisipasi-Pol-Warga_280115-edit.pdf Tanggal Akses 8 Maret 2024)
- Radio Republik Indonesia (2024) “KPU DIY Targetkan 85 Persen Partisipasi Pemilih Pemula”. (URL: <https://www.rri.co.id/di-yogyakarta/pemilu/550819/kpu-diy-targetkan-85-persen-partisipasi-pemilih-pemula> Tanggal Akses 9 Juni 2024)
- Saiful Mujani Riset Consulting Tahun 2019. Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC). (URL: <https://saifulmujani.com/survei/> Tanggal Akses 8 Juni 2024)
- Unpad.ac.id (2014) “Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilu Terus Menurun”. (URL: <https://www.unpad.ac.id/2014/03/tingkat-partisipasi-masyarakat-dalam-pemilu-terus-menurun/> Tanggal Akses 9 Maret 2024)

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara KPU Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY)

Narasumber : Ibu Sri Surani

Jabatan : Ketua Divisi Sosialisasi Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat SDM.

Lokasi : Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY)

Konteks Pertanyaan Meliputi Berikut :

- Analisis Situasi & Khalayak Oleh KPU DIY
- Perencanaan Program Komunikasi
- Pelaksanaan Kegiatan Komunikasi
- Monitoring & Evaluasi

Tahap I (Rabu 26 Juni 2024)

- ❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim, bu selamat siang izin memperkenalkan diri saya dari Jidan Aflahul Ausath dari Fakultas Psikologi & Ilmu Sosial Budaya. Prodi Ilmu Komunikasi untuk wawancara pada hari ini untuk kepentingan pengambilan data skripsi saya nah langsung saja ya bu, di bagian sub bab analisis situasi & khalayak oleh kpu diy. Pertanyaan pertama, Bagaimana strategi KPU DIY dalam mengidentifikasi khalayak serta memahami perubahan perilaku politik yang terjadi di kalangan Gen Z untuk mencapai hasil maksimal & efisien?.
- ❖ **Sri Surani** : Okey jadi mungkin beberapa pertanyaan akan saya jawab sekaligus jadi kalau kpu tuh dalam apa namanya memastikan terkait dengan situasi sosial politik khususnya pemilih selalu melihat dengan kecenderungan yang ada nah berkaitan dengan pemilih ini kan memang ada beberapa klasifikasi atau kategori pemilih salah satunya adalah generasi z. nah itu yang kemudian memang harus mendapatkan perhatian lebih dari KPU. Kenapa dia harus mendapatkan perhatian lebih karena memang dia pertama tentu dia belum paham akan proses demokrasi soal dan lainnya pemilu. Karena dia berarti baru akan rata-rata baru akan menggunakan hak pilih pertamakali sehingga dia belum paham baik secara teknis mungkin juga substansinya juga belum begitu paham sehingga ini menjadi sasaran atau prioritas dari kpu untuk memastikan mereka terpapar informasi. Nah, untuk melihat perubahan ya tentu gejala-gejala yang ada hari ini tentu kita bisa melihat bersama-sama bahwa hari ini

memang kemudian anak-anak generasi muda, khususnya generasi Z ini kan kurang peduli atau abai pada proses-proses demokrasi. Itu bisa terlihat dengan minimnya diskusi-diskusi soal proses demokrasi, soal apa di masyarakat, khususnya di teman-teman mahasiswa saja. Nah, ini hal yang memprihatinkan bagi kami gitu ya. Karena bagaimanapun generasi muda itu kan harapan kami, harapan bangsa ke depan dia melanjutkan estafet kepemimpinan. Kalau kemudian mereka abai bahkan tidak peduli itu akan terputus sejarah. Nah, itu yang bahaya bagi sebuah negara ketika generasi muda tidak memahami situasi negaranya, sejarahnya seperti apa. Nah, itu akan menjadi sangat bahaya. Nah, termasuk juga di dalam proses pemilu. Pemilu sebagai salah satu instrumen untuk pergantian proses kepemimpinan yang tentu saja legal, tentu ini harus mendapatkan dukungan, harus disupport, harus mendapatkan partisipasi seluruh warga negara dalam hal ini memilih dan khususnya adalah generasi muda atau generasi Z tadi. Sehingga tentu kami membuat strategi-strategi terkait dengan bagaimana memastikan teman-teman memilih generasi Z ini terpapar informasi, gitu ya paham akan haknya sebagai warga negara dan khususnya dalam hal ini khusus di elektoral atau di pemilu. Nah, apa yang dilakukan KPU? Tentu KPU melakukan proses pendidikan memilih sesuai dengan ketugasan KPU. Nah, KPU tidak bisa bekerja sendiri tentu. KPU bekerja dengan banyak pihak. Tentu dalam hal ini di mana posisi dari teman-teman ini berada itu yang harus KPU ketahui. Itu salah satu strategi yang kami lakukan. Di mana toh teman-teman ini beraktifitas? Itu yang kami cari dalam tanda petik. Ternyata teman-teman ini berkumpul dalam organisasi-organisasi kepemudaan, berkumpul dalam organisasi kemahasiswaan, kemudian juga berada di tempat-tempat, di lingkungan-lingkungan yang mungkin memang setiap hari itu bekerja. Ada di kampus, di SMA. Karena generasi Z ini juga masih SMA di memilih pemula. Sehingga kami masuk ke ruang-ruang itu. Kita masuk ke kelompok atau komunitas-komunitas itu untuk melakukan proses pendidikan memilih. Bekerjasama dengan banyak pihak. Ada kampus, ada karangtaruna, ada organisasi kemahasiswaan, ada SMA, dinas pendidikan. Khususnya itu kami bekerjasama di seluruh DIY untuk memastikan seluruh KPU itu bisa masuk ke kelompok-kelompok itu bertemu dengan teman-teman generasi Z. Untuk menyampaikan informasi soal pemilihan. Haknya seperti apa, tahapannya. Dan bahkan kalau dari sisi jumlah generasi Z kemarin besar sekali ya. Udah 103 juta lebih. Yang kemudian juga harus menjadi perhatian teman-teman muda ketika ada sebuah tanggung jawab moral yang ada pada teman-teman untuk melanjutkan estafet

komitmen ini. Dengan apa? Salah satunya tentu berpartisipasi dalam proses pemilu. Pemuda itu tentu sangat akrab dengan media sosial. Kami juga melakukan proses pendidikan pemilih dengan memanfaatkan media-media itu. Ada Twitter, TikTok, semuanya kami pakai untuk mendekatkan diri kami pada teman-teman pemilih pemula. Termasuk tadi datang ke sekolah-sekolah dengan nonton film karena KPU sadar diri bahwa proses pendidikan pemilih itu kalau kemudian hanya kami yang ngomong saja tentu ada kebosanan. Sehingga KPU membuat film soal pemilu, yaitu. Apa tadi judulnya? Saya lupa sampai ini. Lupa janji. Kok ingat janji? Yang ini sekarang. Nanti lupa, saya tak kasih tahu sampai lupa saking banyaknya. Kita nonton film itu ke pemilih pemula, kejarlah janji. Film kejarlah janji yang dibuat oleh KPU RI kami masuk ke teman-teman pemilih pemula ke SMA- SMA nonton bareng dan dilanjutkan dengan pendidikan pemilih. Termasuk melibatkan teman media. Dengan teman media kami juga melakukan banyak kegiatan dengan teman-teman media untuk memastikan seluruh pemilih khususnya generasi ini terpapar informasi.

- ❖ **Jidan** : Terus masuk ke poin kedua, di perencanaan program komunikasi. Nah Apa yang dilakukan KPU DIY untuk menjadikan media sebagai instrumen yang dapat membantu menghadapi problematika yang dihadapi Gen Z & Pemilih pemula pada Pemilu 2024 di Yogyakarta?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya tentu ketika kami sadar diri bahwa kami tidak bisa bekerja sendiri dan teman-teman pemilih Gen Z dan pemilih pemula ini lebih dekat dan lebih masuk melalui media. Tentu kami juga melakukan berbagai macam pendidikan pemilih melalui media. Tadi yang saya sebutkan media cetak konvensional maupun non-konvensional termasuk media-media medsos yang kami pakai. Ada Tiktok, ada Twitter, itu semuanya kami pakai. Leaflet kami pakai untuk mendekatkan informasi itu kepada teman-teman generasi muda atau Gen Z ini. Kami juga membuat tadi komunikasi, membuat ruang-ruang kerjasama dengan misalnya perkumpulan mahasiswa luar daerah se-DIY. Kami kerjasama, teman-teman Osis se-DIY, Untuk SMA kami kerjasama untuk tadi memastikan transformasi informasi itu ada di teman-teman, terkait dengan pemilihan.
- ❖ **Jidan** : Berarti untuk yang di medianya seperti media sosial tadi semuanya aktif dikelola, ada timnya sendiri ya?.
- ❖ **Sri Surani** : Iya, kami ada tim untuk memastikan itu.
- ❖ **Jidan** : Kemudian kita masuk ke sub bab pelaksanaan kegiatan komunikasi nah apa yang dilakukan KPU DIY untuk menyampaikan informasi melalui komunikasi

informatif pada Pemilih Pemula Gen Z agar dapat bangun keterlibatan aktif guna pengaruhi proses partisipasinya di Pemilu 2024?.

❖ **Sri Surani** : Ya, kami melakukan proses pendidikan pemilih dengan tatap muka atau bertemu langsung dengan teman-teman pemilih pemula mulai dari tingkat SMA, seluruh SMA di DIY itu disasar oleh kami di KPU, baik KPU Provinsi maupun KPU Kota – Kabupaten bekerjasama dengan Dinas Pendidikan. Kemudian kami juga melakukan aktivitas misalnya KPU Goes to Cafe. itu juga bagian dari proses kami mendekatkan diri pada pemilih pemula jadi kami undang teman-teman pemilih pemula dan Gen Z itu untuk datang untuk kami sama-sama diskusi soal pemilu karena tadi saya bilang di awal bahwa mereka tidak tahu bentuk pakunya itu kayak apa, bentuk biliknya itu kayak apa ya itu kami expose gitu ya ini nanti ketika di TPS ada barang ini namanya ini, ada barang ini, ada surat-surat kegunaannya ada bantalan kegunaannya ini, ya itu kami sampaikan termasuk aturan-aturan ketika menggunakan hak pilih di TPS termasuk juga kami lakukan KPU Goes to Campus, KPU Goes to Campus itu kami mendatangi seluruh kampus mulai dari proses pendataan pemilih karena ketika bicara pemilu nasional maka warga negara di luar wilayah DIY juga bisa menggunakan hak pilih di DIY itu yang kami lakukan untuk menjemput bola pada teman-teman pemilih di luar daerah Yogyakarta dia bisa menggunakan hak pilih di Yogyakarta dengan DPTB itu yang kemudian secara hasil itu terjadi perbedaan signifikan dengan 2019. 2019 masih ada mahasiswa, banyak mahasiswa yang kerepotan dan protes kepada KPU karena tidak bisa menggunakan hak pilih contohnya kejadian di condong catur. tapi 2024 ini, tidak ada teman-teman yang kemudian melakukan protes secara masif dan dalam gelombang besar ke KPU terkait dengan tidak bisa menggunakan hak pilih artinya apa? proses yang dilakukan KPU masuk ke kampus- kampus jemput bola untuk mereka bisa menggunakan hak pilih bisa dikatakan berhasil itu dari sisi hak dan itu juga bagian dari proses sosialisasi dalam proses itu juga dilakukan proses sosialisasi terkait dengan penggunaan hak pilih itu di teman-teman kampus. dan ada lagi juga KPU Goes to Pesantren itu kami datang ke Pesantren melakukan proses pendidikan pemilih menobar film Kejarlah janji diikuti oleh seluruh anak santri yang sudah menggunakan hak pilih dan dia rata-rata pemilih pemula atau generasi z itu juga kami lakukan kemudian juga melalui media, medsos tadi yang kami sampaikan jadi tatap muka kami lakukan melalui medsos kami lakukan termasuk melalui radio, TV kemudian podcast-podcast dengan beberapa media misalnya Tribun Harjo itu dengan tema-tema tentu kami selalu

kedepankan untuk temanya itu yang paling utama kami adalah tema di pemilihan pemula atau generasi z karena tadi KPU mau menyerukan betul bahwa ini, poin apa namanya, pemilihan informasi pada pemilihan pemula itu harus lebih harus lebih dari segmen atau kelompok pemilih yang lain. dari teman-teman mahasiswa, khususnya pemilih pemula terkait dengan tidak bisa menggunakan hak pilih itu salah satu indikator bagaimana proses kami lakukan di masyarakat. Artinya teman-teman terpapar informasi untuk bisa menggunakan hak pilih dan ada wadahnya. Artinya terfasilitasi dia bisa menggunakan hak pilih. Nah kemudian indikator yang kami lihat lainnya adalah Tingkat partisipasi di DIY 88,88 persen. Artinya di atas rata-rata nasional dan RPCM, yaitu hanya 75 persen. Ini membuktikan bahwa ya mereka terpapar informasi dan bisa menggunakan hak pilih di TPS. Begitu juga dengan kecilnya ataupun gugatan berkaitan dengan tidak bisa menggunakan hak pilih atau kejadian di TPS. Itu juga salah satu indikator bagaimana kemudian masyarakat khususnya generasi z terpapar informasi soal pemilu. Nah, ada juga indikator yang lain yaitu banyaknya generasi muda yang menjadi penyelenggara pemilu di tingkat ad-hoc. Karena ini salah satu keberhasilan bagi kita untuk memastikan estafet kepemimpinan tadi. Bahwa teman-teman muda itu terpapar informasi dia bersedia menjadi badan ad-hoc, menjadi KPPS misalnya Itu yang kemudian kami nilai bagian dari indikator ketika melihat seberapa jauh. Seberapa terpaparnya informasi di teman-teman pemilih muda terkait dengan pemilu gitu mas.

- ❖ **Jidan** : Oh nggeh bu. Bagaimana atau pandangan pihak penyelenggara pemilu KPU tentang pentingnya suara gen z? Kira-kira sebatas gambaran umum dari pihak KPU sendiri tentang pentingnya suara gen z ibu?
- ❖ **Sri Surani** : Tadi saya sudah sampaikan bahwa tempat suara gen z ini memiliki kekuatan, memiliki power, terkait dengan pemilikannya dari sisi jumlah saja, teman-teman ini 50% dari DPT Nasional. Artinya bahwa suara teman-teman gen z ini sangat menentukan masa depan bangsa. Maka tadi seluruh aktivitas pendidikan pemilih, sosialisasi dalam rangka pemilihan 2024, porsi terbesar ada di teman-teman gen z. Artinya apa, aktivitas itu kalau misalnya di kelompok pemilih yang lain, misalnya perempuan satu aktivitas, maka di gen z bisa dua tiga aktivitas. Itu yang saya maksud dengan banyaknya atau perhatian lebih kami pada gen z. Karena tadi alasannya jumlah mereka besar, mereka belum terlepas informasi, sehingga harus mendapat informasi yang benar dan tepat soal pemilihan. Kemudian dia juga sebagai generasi bangsa biar tidak terputus sejarah, Itu yang penting kami lakukan pada teman-teman.

- ❖ **Jidan** : Okey bu kini kita masuk ke sub bab yakni monitoring & evaluasi. Pertanyaanya adalah Bagaimana KPU DIY melakukan monitoring terhadap metode komunikasi yang digunakan untuk menghasilkan mutu serta kualitas dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih pemula Gen Z pada Pemilu 2024?.
- ❖ **Sri Surani** : Nah terkait dengan beberapa poin pertanyaan dievaluasi. Memang kami terkait dengan pendidikan pemilih. Ini kan KPU itu mau pemilu dan tidak pemilu kan tetap melakukan proses pendidikan pemilih. Jadi meskipun sekarang pemilih itu sudah selesai. Kami tetap melakukan program pendidikan pemilih. Hari ini kami banyak bekerjasama dengan teman-teman mahasiswa. Organisasi mahasiswa untuk melakukan pendidikan pemilih ini. Nah tentu proses evaluasinya akan kami lakukan bertahap. Dengan teman-teman terkait dengan program- program yang kami lakukan. Termasuk juga di dalam hari ini kan kita sedang melakukan pilkada. Meskipun di D.I.Y. tidak ada pemilihan gubernur. Tapi di kota kabupaten kan ada pilihan bupati dan wakil bupati. Sehingga proses pendidikan pemilih, sosialisasi kepada generasi z itu Juga tetap dilakukan oleh teman-teman KPU kota-kabupaten.
- ❖ **Jidan** : Kemudian untuk yang selanjutnya adalah. Bentuk-bentuk kegiatan yang sudah dilakukan KPU D.I.Y. Untuk meningkatkan partisipasi pemula. Kira-kira contohnya apa aja kegiatannya?.
- ❖ **Sri Surani** : Tadi sudah saya bilang untuk pertemuan tatap muka, ada sosialisasi, Ada di media, ada KPU Goes to Campus, KPU Goes to School, KPU Goes to Pesantren. Itu yang dilakukan termasuk pembuatan media-media di media sosial kami.
- ❖ **Jidan** : Oh nggeh bu, tak terasa wawancara pada siang hari ini telah cukup saya selaku pewawancara mengucapkan banyak terimakasih pada narasumber yakni ibu sri surani selaku ketua divisi sosialisasi pendidikan pemilih, partisipasi masyarakat & SDM. Dari Komisi Pemilih Umum Daerah Istimewa Yogyakarta. Maka saya akhiri selamat siang ibu terimakasih.

Tahap II (18 Juli 2024)

- ❖ **Jidan** : Bismillahirrohmanirrohim, selamat siang Ibu Sri Surani. Saya Jidan Aflahul Ausath dari program Studi Ilmu komunikasi, izin untuk melakukan wawancara penelitian saya yang kebetulan objek wawancaranya adalah KPU sendiri.
- ❖ **Sri Surani** : Njih
- ❖ **Jidan** : Nah lanjut kepada wawancara, saya mau memasuki pada pertanyaan pertama di sub bab analisis situasi & khalayak oleh KPU DIY. Pertanyaan pertama

adalah apa yang dilakukan KPU DIY untuk mewujudkan langkah-langkah konkret dalam situasinya merespons temuan atau analisisnya terhadap preferensi Gen Z pasca mekanisme yang sudah disiapkan secara terencana dan layak?.

- ❖ **Sri Surani** : Tentu kami menyiapkan strategi untuk bagaimana memastikan kawan-kawan Gen Z ini bisa menerima informasi soal kepemiluan ya terutama tahapan pemilu yang sedang berjalan seluruh informasi termasuk sampai pada himbauan atau ajakan untuk menggunakan hak pilih di pemilu nasional pada hari H. Apa yang dilakukan? Tentu kami bekerja sama dengan organisasi-organisasi mahasiswa kemudian dinas pendidikan untuk masuk ke teman-teman SMA atau pemilih pemula Nah itu kami masuki semua, kemudian juga dengan karena hari inikan teman-teman Gen Z ini kalau hanya pidato, ceramah saja kan sudah tidak menarik maka kami menggunakan film untuk masuk ke teman-teman kita hahkok covernya itu nontonbareng Nah nonton bareng itu kami lakukan untuk tadi memastikan kemudian juga mereka antusias terlibat mendengarkan dan juga berdiskusi soal proses demokrasi Nah termasuk juga kami dengan organisasi-organisasi mahasiswa seluruh organisasi mahasiswa luar daerah yang ada di Jogja itu kami ajak bekerja sama untuk bisa memastikan mereka menerima informasi soal pemilihan, bagaimana cara menggunakan hak pilih, bagaimana cara pindah memilih bagi teman-teman yang luar Jogja yang akan menggunakan hak pilih di Jogja, gitu.
- ❖ **Jidan** : Oh nggih, kemudian untuk pertanyaan selanjutnya adalah Mengapa KPU DIY melakukan hal tersebut melalui mekanisme yang telah dijalankan terencana kira-kira apa alasannya bu?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya itu adalah salah satu kewajiban utama KPU adalah melaksanakan pemilu dalam hal ini juga menjaga hak pilih atau memastikan hak pilih dari masyarakat Indonesia GenZ ini adalah salah satu pemilih tersebut apalagi beliau, beliau ini adalah orang yang akan pertama kali menggunakan hak pilih rata-rata baru pertama kali sehingga mereka masih minim informasi dari sisi jumlah, dia jumlahnya besar 50% dari jumlah DPT nasional itu teman-teman generasi muda dari sisi jumlah besar, dari sisi pengetahuan mereka masih minim sehingga harus di genjot kalau segmen jadi KPU itu dalam melakukan sosialisasi ada berbagai macam segmen. Segmen pemilih pemula atau pemilih muda generasi Gen Z ini menjadi salah satu segmen. Segmen ini menjadi prioritas karena dari sisi jumlah dari sisi minimnya informasi yang mereka punya sehingga kita all out untuk Gen Z ini.
- ❖ **Jidan** : Enggih, kemudian kira-kira Apakah penerapannya selama ini dapat di

operasionalkan secara praktis agar meraih ketercapaian target yang di tuju oleh KPU DIY dalam menyasar GenZ Ibu?.

- ❖ **Sri Surani** : Ya Kalau dari indikatornya, jadi gini DIY itu adalah daerah dengan pemilih luar atau orang luar DIY yang akan menggunakan hak pilih DIY itu di Indonesia termasuk tinggi karena banyaknya mahasiswa yang belajar di Jogja sementara dia kan bukan KTP DIY Dari proses pemilu 2019-2024 terlihat jelas bahwa fasilitasi yang dilakukan oleh KPU DIY dengan KPU Kota Kabupaten dalam rangka memastikan hak pilih teman-teman pemilih luar tadi maksimal. tidak ada kericuan satu pun pada hari h pemungutan suara bagi teman-teman mahasiswa yang tidak bisa menggunakan hak pilih beda dengan 2019 artinya apa? dari sisi itu kelihatan bahwa maksimal atau teman-teman KPU Kota Kabupaten dan provinsi ini memaksimalkan betul upaya untuk memastikan teman-teman generasi muda yang mungkin sebagian juga dari luar DIY ini bisa menggunakan hak pilih. Yang kedua tingkat partisipasi kita meskipun memang kita belum bisa mengukur khusus partisipasi pemilih pemula atau genZ itu berapa tetapi dari angka partisipasi secara keseluruhan di angka 88,88 persen tentu ini jadi capaian yang apa namanya sebagai indikator keberhasilan berkaitan dengan sosialisasi pemilu itu melebihi dari nasional.
- ❖ **Jidan** : Enggih, kemudian Bagaimana dari KPU DIY dalam pengelolaan informasi yang telah di distribusikanya terjamin secara informatif agar dapat menyasar pemilih pemula & Gen Z pada pemilu di Yogyakarta sendiri?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya tentu kami memastikan betul informasi yang kami sampaikan betul termasukjuga membuat beberapa bentuk ataupun menyampaikan informasi selain tatap muka juga ada flyer melalui media elektronik dan seluruh media sosial KPU DIY juga melakukan proses halyang sama untuk menyampaikan informasi dan kemudian untuk memastikan bahwa informasiitu betul ya karena memang kami menyampaikan berdasarkan fakta kemudian itu ada di media sehingga bisa dicek kemudian bisa juga di cross check seperti apa berita yang kami sampaikan.
- ❖ **Jidan** : Enggih, kemudian masuk pada sub bab dua perencanaan program komunikasi pada pertanyaan pertama Apa yang dilakukan KPU DIY untuk menyikapi penggunaan data mengenai kondisi awal pemilih pemula Gen Z, termasuk kesenjangan informasi, pengetahuan, sikap, atau perilaku, saat merumuskan perencanaan programnya?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya tadi yang saya sampaikan jadi ketika kita melihat data jumlah gradenya tinggi maka membuat perencanaan bagaimana upaya kita sosialisasi

dengan berbagai media baik tadi bisa langsung tidak langsung tatap muka, daring kemudian juga melalui mediasosial itu kita tingkatkan kita pastikan betul itu terjadi dan dengan apa namanya strategi-strategi komunikasi dan berjejaring dengan pihak lain karena jelas kita tidak bisa sendiri seluruh SMA-SMA di DIY itu sudah disasar oleh teman-teman KPU Kota Kabupaten sesuai dengan wilayahnya masing-masing karena disitulah juga salah satukantong dari generasi Z itu sendiri.

- ❖ **Jidan** : Baik ibu kemudian apa alasan KPU DIY bertujuan agar mempersempit atau meminimalisir kesenjangan informasi, polah, keilmuan atau perilaku. Maka mengapa perencanaan program tersebut dilakukan?.
- ❖ **Sri Surani** : Sekali lagi karena kewajiban KPU dan inikan bagian dari merawat hak pilih. Memastikan mereka paham soal informasi pemilihan mereka bisa menentukan pilihan dengan tepat informasinya jelas dan memilih sesuai dengan hati nurani ataupun apa yang mereka yakini karena program-program yang akan dijalankan oleh para kandidat itu. Dan itu memang sudah kewajiban KPU memang harus begitu selain itu untuk tentu saja bicara tentang apa, estafet kepemimpinan, ya itu yang harus dilakukan oleh kita selaku generasi tua kepada generasi muda biar tidak terjadi keputus atau putus sejarah.
- ❖ **Jidan** : Lalu apakah KPU DIY memiliki mekanisme yang dapat pastikan setiap penyusunan tujuannya telah melalui pengujian yang faktual serta instrumen dipakai sesuai dengan sasarandituju yakni pemilih pemula gen z?
- ❖ **Sri Surani** : Ya kita tentu saja, sebelum melakukan apa menyampaikan atau membuat acara itu kan pasti sudah kita analisa betul dari sisi apa namanya undangannya dari sisi kepesertaan darisisi materi tentu sudah kita cek semua dan juga setiap ada pendidikan pemilih itu biasanya kitamelakukan kuesioner dulu jadi pre test dan post test itu kita lakukan untuk memastikan merekapemahaman teman-teman itu.
- ❖ **Jidan** : Enggih, dan terakhir apakah KPU DIY di setiap menetapkan tujuannya telah melalui pengujian yang faktual agar hasilkan secara spesifik, terukur, dan relevan terkait peningkatan partisipasi pemilih pemula Gen Z dalam Pemilu 2024 di Yogyakarta?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya setiap upaya dan tujuan yang dilakukan tentu kami menguji gitu ya, melihat juga dan tentu saja melakukan proses evaluasi dari setiap aktivitas yang kita lakukan bersama dengan teman-teman gen z tadi.
- ❖ **Jidan** : Baik bu, kemudian masuk pada sub bab ketiga pelaksanaan kegiatan komunikasi. Pertanyaan pertama adalah bagaimana setiap aktivitas penyampaian

pesan KPU DIY akankah melibatkan storytelling emosional dan argumentasi rasional untuk menciptakan pesan persuasif yang efektif dalam memengaruhi sikap dan perilaku pemilih?.

- ❖ **Sri Surani** : Ya tentu pasti kita akan ya karena kan kita punya harapan besar pada generasi muda ini ya, untuk paham demokrasi itu ya tentu dengan apa agitasi juga dan dengan apa namanya persuasif tapi persuasif dalam tanda petik bukan persuasif kekerasan ya tapi kami melakukan himbauan itu.
- ❖ **Jidan** : Enggih, kemudian selanjutnya apa yang dilakukan KPU DIY untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi yang dapat berpengaruh dalam meningkatkan instrumen perencanaan kegiatan dan pengembangan bagi KPU DIY dalam Pemilu 2024?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya tentu kami mengembangkan pola komunikasi yang setara, semuanya punya hak yang sama di teman-teman KPU, punya hak yang sama untuk bisa menyampaikan pendapat termasuk pola komunikasi kami dengan KPU Kota Kabupaten itu juga sangat penting untuk melihat seberapa jauh dan seberapa besar sasaran yang sudah dilakukan ataupun output yang sudah didapat oleh teman KPU Kota Kabupaten.
- ❖ **Jidan** : Enggih lalu apa yang dilakukan KPU DIY untuk mengevaluasi agendanya secara sistematis dengan dilakukan melalui penilaian keberhasilan strategi komunikasi dalam mencapai tujuan program hendak dicapai saat pelaksanaan kegiatannya?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya tentu kami mengecek evaluasi pasca program termasuk juga pasca pemilu kami membangun proses evaluasi terkait dengan capaian tingkat partisipasinya teman-teman seperti apa kemudian juga dari pola-pola sosialisasi kita juga berbulan melakukan proses evaluasi mana yang belum disasar segmen mana yang belum disasar itu kami melakukan proses evaluasi terus mas.
- ❖ **Jidan** : Enggih kemudian untuk terakhir di sub bab 3, apa alasan bagi KPU DIY untuk melakukan hal tersebut dalam mengidentifikasi karakter serta perilaku khalayak dan akankah berikan dampak faktor penting keberhasilan saat merancang pelaksanaan program kegiatannya?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya untuk melihat, untuk menentukan strategi apa yang tepat kepada pemilih gitu ya. kita membuat analisa itu karena tentu saja berbeda pemilih pemula di kota dengan pemilih pemula di Kulon progo sama-sama pemilih pemula situasi masyarakatnya berbeda tentu strategi yang kami terapkan juga harus berbeda nah itu

kami komunikasikan makanya tadi penting selalu berkomunikasi evaluasi dengan teman-teman KPU Kota Kabupaten selaku pemangku wilayah.

- ❖ **Jidan** : Enggih kemudian masuk pada sub bab terakhir ibu monitoring dan evaluasi, pertanyaan pertama adalah apa yang dilakukan untuk mengetahui kriteria atau indikator yang digunakan oleh KPU DIY dalam proses evaluasi strategi komunikasi terhadap pemilih pemula Gen Z?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya tentu kami hanya melihatnya dari sisi tingkat partisipasi secara umum dan tentu kejadian dari media kemudian dari pemberitaan-pemberitaan yang ada termasuk zero nya kekerasan atau zero-nya gugatan protesnya dari teman-teman pemula itu membuktikan bahwa apa instrumen KPU, strategi KPU dalam rangka untuk memberikan informasi kepada teman-teman mahasiswa itu berjalan.
- ❖ **Jidan** : Kemudian apakah terdapat kendala atau tantangan khusus yang dihadapi oleh KPU DIY dalam melakukan evaluasi dan penyesuaian strategi komunikasi terhadap pemilih pemula Gen Z Ibu?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya tentu kesulitan kami atau hambatan kami adalah belum semua teman-teman Gen Z ini mau membuka diri mau keluar, mau terbuka posisi saya dimana, terutama bagi teman-teman mahasiswa luar daerah yang ada di Jogja. Ya kami selalu minta meskipun kami sudah bekerja sama dengan organisasi-organisasi mahasiswa luar daerah tapi ternyata masih banyak juga mungkin yang belum masuk ke organisasi sehingga mereka dapatnya dari hal yang lain dan itu tentu yang menjadi strategi kami tidak hanya bekerja sama dengan teman-teman organisasi masyarakat luar daerah tapi dengan seluruh pihak, seluruh stakeholder termasuk karangtaruna, organisasi itu kami libatkan untuk tadi mencari atau memastikan pada posisi mana teman-teman berada, yaitu kami kalau istilahnya kami serang dari segala macam misi udara kami lakukan dengan di website, di informasi medsos kami tatap muka, lewat kampus kami lakukan lewat rektor gitu ya, lewat masyarakat, lewat organisasi muda kami lakukan.
- ❖ **Jidan** : Kemudian bagaimana KPU DIY memastikan bahwa evaluasi dan penyesuaian strategi komunikasi dilakukan secara berkelanjutan sepanjang periode kampanye Pemilu 2024?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya tentu kami memastikan proses evaluasi itu ya memonitoring, karena kan memang kami, ada proses monitoring terhadap apa yang kami lakukan di seluruh KPU DIY apakah ada kejadian-kejadian, apakah ada hal yang harus kita tuntuti ada hal yang kemudian harus kita apa namanya lakukan sosialisasi itu kami lakukan terus.

- ❖ **Jidan** : Dan terakhir bagaimana KPU DIY mengetahui keberhasilan disetiap program yang dijalankannya dalam upaya memperoleh respon dari Gen Z agar dapat meningkatkan partisipasinya dalam Pemilu 2024 di Yogyakarta Ibu?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya tentu, dalam setiap acara yang kami lakukan dengan banyaknya kawan kawan mahasiswa yang datang itu membuktikan bahwa teman-teman aware, teman-teman tertarik dan kemudian kami juga bisa apa namanya, menyampaikan informasi sekali lagi hasilnya tadi tingkat partisipasi kita tinggi, bahkan kemudian permohonan untuk melakukan proses pindah pemilih itu sampai H-7 itu di DIY sangat luar biasa, itu animo masyarakat atau animo teman-teman yang luar biasa.
- ❖ **Jidan** : Oh enggih, gih bu alhamdulillah sudah terjawab semuanya pada hari kamis 18 juli 2024saya menyatakan untuk selesai pada wawancara ini. Bu Sri Surani saya mohon izin selesai pamit.

Tahap III (6 November 2024)

- ❖ **Jidan** : Bismillahirrohmanirrohim Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Selamat siang Ibu Sri Surani Pada hari Rabu, tanggal 6 November 2024 ini dilakukan sebuah wawancara penelitian yang dilaksanakan di KPU DIY Nah, langsung saja pada sub-bab pertama yakni analisis situasi dan khalayak oleh KPU DIY. Pertanyaan pertama, apa yang dilakukan KPU DIY dalam melakukan identifikasi khalayak untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula, jika aktivitasnya berbentuk tim atau unit kerja maka terdiri dari siapa saja yang mengelola ini?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya, terkait dengan tim unit kerja tentu tim parmas sosdiklih KPU DIY yang melaksanakan ya sarprasnya (sarana & prasarana) disediakan oleh sekretariat kemudian kerjasama dengan sekolah atau kampus untuk melakukan aktivitas nah, komisionernya di divisi saya, divisi sosialisasi parmas partisipasi masyarakat SDM.
- ❖ **Jidan** : Oh nggih lalu kedua bagaimana KPU DIY dalam memproses indentifikasi khalayaknya terutama menyikapi gen Z di DIY lebih paham dengan cara seperti apa dan pakai media apa selama ini?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya, tentu kami tadi sudah melakukan identifikasi ini di data pemilih jumlahnya pemilih generasi z itu segini ada di manakah mereka? Kami mengidentifikasi di sekolah, kampus, di masyarakat. Kemudian kami bekerjasama dengan kampus, bekerjasama dengan sekolah, bekerjasama dengan dinas pendidikan, karang taruna untuk melakukan proses sosialisasi medianya apa yang dipakai? Media sosialisasinya tentu pakai tatap muka, bertemu langsung, nonton film

pakai penyebaran leaflet yang itu melalui medsos-medsos KPU termasuk melalui radio-radio yang membuat IIM di radio dan di televisi.

- ❖ **Jidan** : Dan untuk yang ketiga, Bagaimana upaya KPU DIY pasca identifikasi khalayak akankah merumuskan pesan dan strategi komunikasi yang tepat?.
- ❖ **Sri Surani** : Jadi kalau ketika sudah ketemu, maka tentu kami harus melakukan proses sosialisasi merumuskan, ini materinya apa? Generasi Z, milenial, sama-sama materi tapi cara penyampaiannya yang berbeda termasuk mungkin gambarnya yang berbeda pendekatannya, cara berkomunikasi, tempatnya kalau orang tua tentu di balai desa bisa tapi kalau di anak-anak muda ya cafe ya sesuai dengan teman-teman anak muda ada pentingnya menggunakan hak pilih gitu-gitu kalau kita membuat pesan atau konten kepada masyarakat.
- ❖ **Jidan** : Lalu untuk pertanyaan keempat, Bagaimana KPU DIY dalam perencanaan programnya melakukan komunikasi kelompok melalui diseminasi langsung serta seperti apa SOP mengelolanya, lalu terdiri siapa saja unit kerja apa saja yang bertanggung jawab?.
- ❖ **Sri Surani** : Ya kalau dalam perencanaan program kan KPU DIY itu berkomunikasi dengan teman-teman di internal kan kita itu dibagi dalam tim-tim dalam bagian-bagian perencanaan itu ada sendiri yang mengurus kami dari pelaksana teknis memberikan masukan untuk masukdi dalam proses perencanaan kegiatan dan unit kerjanya juga kalau bicara tentang pendidikan pemilih tentu menjadi unit kerjanya Parmas SDM.
- ❖ **Jidan** : Oh nggih lalu sebenarnya pertanyaan kelima hampir sama tapi kalau ini lebih ke komunikasi kelompok Ibu kira-kira seperti apa ya SOP atau unit kerjanya?.
- ❖ **Sri Surani** : Kalau kami melakukan proses sosialisasi yang kami melakukan ya tentu kami melakukan identifikasi kelompok mana yang harus kami sasar kemudian apa yang dibutuhkan kalau di daerah ya kami bekerjasama dengan teman KPU Kota Kabupaten untuk melaksanakan kegiatan itu di lapangan.
- ❖ **Jidan** : Oh nggih ibu lalu pertanyaan selanjutnya, Bagaimana KPU DIY dalam perencanaan programnya ketika melakukan pemanfaatan media sosialnya seperti apa SOP mengelolanya, lalu unit kerja yang bertanggung jawab siapa saja?.
- ❖ **Sri Surani** : Di cek ya supaya di teman-teman penerbitan media kita sudah punya nanti minta sekretariat di bawah untuk terkait SOP dengan penerbitan di media.
- ❖ **Jidan** : Oh nggih lalu pertanyaan nomor tujuh, Bagaimana KPU DIY dalam perencanaan programnya ketika komunikasinya menggunakan media massa seperti

bentuk kerjasamanya seperti apa serta hasil yang diharapkan, lalu unit kerja yang bertanggung jawab siapa saja?.

- ❖ **Sri Surani** : Unit kerja yang bertanggung jawab kalau kerjasama itu ada di perencanaan tapi pelaksanaannya ada di kami di Parmas SDM gitu ya kemudian juga terkait dengan penggunaan media ya kami melakukan proses kerjasama misalnya dengan kampus kami antar bagian melakukan proses kerjasama dengan rektor, ketua KPU kemudian nanti bentuk aktivitasnya sesuai dengan kebutuhan ada yang sosialisasi terdapat dengan mahasiswa ada yang bentuk-bentuk kegiatan lain yang ada di teman-teman mahasiswa seminar gitu.
- ❖ **Jidan** : Lalu poin nomor delapan apa yang dilakukan KPU DIY terkait bentuk-bentuk strategikomunikasi apa saja yang digunakan lantas mengapa menggunakan bentuk strategi komunikasi tersebut?.
- ❖ **Sri Surani** : Strategi komunikasi yang kami pakai tentu melibatkan semua stakeholder ya stakeholder pemilu kalau bukannya dengan pemilih generasi muda tentu saja stakeholder-stakeholder yang berhubungan dengan anak-anak muda pemilih pemula generasi z kemudian kami merangkul mereka dalam bentuk aktivitas termasuk misalnya pensiswanan dinas pendidikan memberikan pidato pada hari Senin setiap hari Senin terkait dengan informasi kepemiluan khususnya hari ini di Pilkada gitu mas.
- ❖ **Jidan** : Oh nggih kemudian pada sub ketiga pelaksanaan kegiatan komunikasi pertanyaan pertama apa yang dilakukan KPU DIY dalam menjadi landasan SOP dan aturan yang mengatur aktivitas komunikasi untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula gen z boleh disebutkan apa saja perihal ini?
- ❖ **Sri Surani** : PKPU nanti di cek dibawah, cek di websitenya KPU dan PKPU partisipasi ya ada kemudian juga surat terkait dengan aturan kita melaksanakan sosialisasi itu sudah ada semua di KPU.
- ❖ **Jidan** : Yang kedua apa yang dilakukan KPU DIY berdasarkan pengalaman pemilu sebelumnya terkait strategi seperti apa untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula perbedaanya antara pemilu 2019 dan Pilkada 2020 apa yang membedakanya dengan pemilu saat ini di 2024?.
- ❖ **Sri Surani** : Terkait dengan di pemilih pemula tentu kalau bicara strategi metodenya masih tetap sama tapi ada yang membedakan kalau dulu hanya tetap muka tapi di 2024 itu kita juga melalui media film kalau di 2019, 2020 itu sama tapi kalau di sekarang ada film yang dibuat oleh KPU RI untuk melakukan proses sosialisasi

dengan nonton film bareng harapannya itu meningkatkan animo dan partisipasi masyarakat untuk ikut gabung dalam proses-proses kegiatan kita memberikan penyadaran sehingga mereka tahu terkait dengan pentingnya Pilkada.

- ❖ **Jidan :** Nggih oke berarti sekarang masuk ke poin nomor tiga, Apa yang dilakukan KPU DIY dalam menentukan tujuan komunikasi terkait menarik partisipasi pemilih pemula gen z?
- ❖ **Sri Surani :** Ya tentu kami melakukan proses-proses komunikasi dengan banyak pihak akademis dengan sekolah, kemudian dengan kampus-kampus gitu ya dengan teman-teman organisasi mahasiswa untuk bisa bertemu dengan teman-teman ataupun menyebarkan, memberikan informasi aktivitasnya banyak ada tatap muka, ada apa misalnya kalau Pilkada kan beda dengan Pemilu Nasional kalau Pilkada itu kan hanya orang yang punya KTP di wilayah tersebut termasuk juga kerjasama dengan Dinas Dukcapil untuk memastikan pemilih pemula yang pada tanggal 27 November itu sudah punya hak pilih memilih harus sudah memiliki KTP elektronik misalnya tentu itu kerjasama dengan Dukcapil untuk memastikan mereka bisa difasilitasi KTP elektronik agar bisa digunakan tanggal 27 November.
- ❖ **Jidan :** Lalu poin nomor 4 bagaimana KPU DIY dalam menghadapi hambatan komunikasi maka hal apa saja menjadi faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi komunikasi baik internal dan eksternal?.
- ❖ **Sri Surani :** Komunikasi dengan teman-teman pemilih itu sebenarnya kami tadi memanfaatkan jaringan, memanfaatkan media gitu ya untuk karena kan generasinya beda ya antara kami dengan teman-teman tentu pola-pola pendekatannya harus beda dan kami melibatkan teman-teman muda juga untuk bisa menjadi influencer atau mempengaruhi teman-teman muda untuk bisa mengundang anak pilih misalnya dengan teman-teman gerakan mahasiswa dengan teman-teman OSIS nah itu ketika mereka yang menyampaikan itu tentu akan lebih diterima oleh teman-teman dari pada kami yang menyampaikan artinya kami membuat agen-agen gitu ya untuk memastikan terdistribusinya informasi.
- ❖ **Jidan :** Oh nggih lalu untuk yang kelima apa yang dilakukan KPU DIY dalam menghadapi hambatan komunikasi maka hal apa saja menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi komunikasi baik internal dan eksternal?. Jadi perbedaannya kalau yang tadi faktor pendukung kalau ini faktor penghambat itu?.
- ❖ **Sri Surani :** Ya kalau faktor penghambat ini sebenarnya lebih pada waktu teman-teman untuk bisa bertemu dengan penyelenggara pemilu dan itu terbatas memang

tetapi karena kami menyadari waktunya terbatas jumlahnya banyak dan juga keterbatasan kami di SDM kami tentu kami memakai strategi selain tetap muka bertemu langsung itu juga memakai media- media sosial kemudian memakai media-media elektronik untuk bisa berikan informasi pada teman-teman generasi pemula.

❖ **Jidan :** Oh nggih telah cukup wawancara pada siang hari ini tertanggal pada Rabu 6 November 2024 saya Jidan Aflahul Ausath pamit undur diri wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Lampiran 2. Pedoman Wawancara Informan Penelitian Pemilih Pemula

1. Nama Informan : Heruhito Surya Imadudin
- Usia (Umur) : 18 Tahun
- Asal Sekolah / Kampus : SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta
- ❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim, Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Di sini saya akan merekam dari hasil responden penelitian saya. Pada hari ini tanggal Selasa 20 Agustus 2024. Boleh perkenalkan diri dulu?
- ❖ **Heruhito** : Perkenalkan nama saya heruhito surya imadudin Saya berasal dari SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta. Saya tempat tinggalnya di Pojokusuman MG 1/403. kelas XII IPS 3.
- ❖ **Jidan** : Oke baik, terima kasih. Untuk pada hari ini, telah hadir sebagai responden penelitian. Langsung saja pada pertanyaan pertama. Apakah kamu terdaftar sebagai pemilih pada pemilihan 2024?.
- ❖ **Heruhito** : Ya, saya terdaftar dalam pemilihan 2024. Karena pada awalnya saya itu kan lahir di 2006. Dan sudah apa legal untuk memilih pemilihan kemarin.
- ❖ **Jidan** : Lalu, apakah kamu memberikan suara pada pemilihan tersebut?
- ❖ **Heruhito** : Ya, saya memberikan suara. Karena itu kan sudah termasuk hak- hak kita. Dan sebenarnya tidak boleh ya untuk apa golongan putih atau tidak mencoblos mereka gitu. Tidak boleh gitu.
- ❖ **Jidan** : Lalu, apakah kamu mengetahui kegiatan dari KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya pemilu?.
- ❖ **Heruhito** : Mengetahui, Sebenarnya itu sudah di sebar melalui grup-grup WA dan grup-grup kampung. Dari RT RW itu sudah tersebar melalui ketua kampung. Dan akhirnya sampai ke rumah tangga masing-masing. Jadi semua itu sudah di informasikan.
- ❖ **Jidan** : Okey lalu apakah Anda pernah mengakses media sosial atau media informasi dari KPU DIY?.
- ❖ **Heruhito** : Saya pernah mengakses untuk mengecek hasil-hasil suara gitu. Untuk mengecek berapa persennya dan berapa pemilihan suara yang didapat pada calon-calon gitu.
- ❖ **Jidan** : Lalu, bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat gen z guna memilih?.
- ❖ **Heruhito** : Biasanya itu ya lewat apa baliho-baliho yang desainnya sudah gen z

banget. Sudah bagus untuk anak-anak muda. Dan anak-anak muda itu akan lebih tertarik gitu pada baliho-baliho atau berita-berita yang lebih menarik.

❖ **Jidan** : Berarti sebelumnya pernah mengakses Instagramnya KPU DIY?.

❖ **Heruhito** : Ya, pernah.

❖ **Jidan** : Baik, terima kasih. responden pertama telah selesai.

2. Nama Informan : Firros El Kazzafi

Usia (Umur) : 17 Tahun

Asal Sekolah / Kampus : SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta

❖ **Jidan** : Baik, bismillahirrahmanirrahim. Selamat siang. Pada hari ini kita akan melakukan upaya wawancara penelitian dari responden. Pada Selasa 20 Agustus. Silahkan memperkenalkan diri.

❖ **Firros** : Oiya nama saya Firros El Kazzafi. Saya bersekolah di SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta. Saya tinggal di Perum Grand Century Sidoarjo.

❖ **Jidan** : Oke baik sebelumnya saya ucapkan terima kasih atas kehadirannya sebagai responden. Langsung saja pada pertanyaan pertama. Apakah Anda terdaftar sebagai pemilih pada pemilu 2024?.

❖ **Firros** : Ya, saya terdaftar di pemilihan. Pemilu 2024 otomatis terpilih dan sesuai umurnya.

❖ **Jidan** : Oke, baik. Lalu pertanyaan kedua. Apakah Anda memberikan suara atau berpartisipasi dalam pemilu tersebut?.

❖ **Firros** : Ya, saya memberikan suara dalam partisipasi tersebut. Soalnya kan itu wajib ya. Jadi, pasti saya akan memilih pilihan saya.

❖ **Jidan** : Oke, baik. Lalu pertanyaan ketiga. Apakah anda mengetahui kegiatan KPU DIY dalam mempromosikan pentingnya pemilu di sekitar anda?.

❖ **Firros** : Ya, saya mengetahui ya. Informasi tersebut dalam pemilihan kan soalnya tersebar juga di apa berbagai daerah.

❖ **Jidan** : Oh ya, baik. Lalu apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasi dari KPU DIY tersebut. Kayak mungkin Instagram-nya atau Twitter-nya (X) atau apanya lah.

❖ **Firros** : Oh Ya, saya pernah mengakses informasi dari internet dan beberapa media sosial lainnya. Untuk bisa mencari tahu informasi-informasi penting. Dan agar saya tidak terkecoh dengan apa informasi palsu.

❖ **Jidan** : Oke, baik. Lalu bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY

untuk menarik minat Gen Z guna memilih?.

- ❖ **Firros** : Itu bagus ya. Soalnya untuk menarik Gen Z itu juga perlu selain menarik apa generasi-generasi sebelumnya. Generasi Gen Z itu bagus untuk apa menarik informasi juga. Soalnya kan tema yang dikeluarkan kan juga sesuai dengan generasi sekarang.
- ❖ **Jidan** : Oke, baik. Oke, terima kasih untuk responden kedua.

3. Nama Informan : Rangga Andika Putra

Usia (Umur) : 19 Tahun

Asal Sekolah / Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim, Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Selamat malam, Mas Rangga.

❖ **Rangga** : Wa'alaikumussalam warahmatullahi wabarakatuh. Selamat malam.

❖ **Jidan** : Terima kasih atas kehadirannya pada tanggal 20 Agustus 2024. Selaku sebagai responden ya nantinya. Boleh perkenalan diri dulu, Mas?.

❖ **Rangga** : Mohon ijin perkenalkan, nama saya Rangga Andika Putra. Saya alumni SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta.

❖ **Jidan** : Merujuk pada agenda kita pada malam hari ini. Pertanyaan pertama itu, apakah Anda terdaftar sebagai pemilih pada pemilu 2024?.

❖ **Rangga** : Terdaftar.

❖ **Jidan** : Lalu, apakah Anda memberikan suara dalam pemilu tersebut?.

❖ **Rangga** : Memberikan suara, terutama di pemilu di 2024 kemarin, saat pilpres dan pileg memberikan suara untuk pertama kalinya di tahun ini karena saya baru beranjak umur 18 tahun. Jadi, pemilu kemarin adalah pertama kali dalam hidup saya. Jadi, saya akan memanfaatkan suara saya untuk kemajuan bangsa.

❖ **Jidan** : Nah, kemarin nyoblosnya dimana?.

❖ **Rangga** : Nyoblosnya di wirobrajan.

❖ **Jidan** : Oh wirobrajan.

❖ **Rangga** : Yang dekat SMP Muga itu loh, Mas.

❖ **Jidan** : Oh ya, Pertanyaan selanjutnya, apakah anda mengetahui kegiatan KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya pemilu?.

❖ **Rangga** : Berdasarkan yang saya amati di Instagram, sebetulnya KPU DIY ini sedang melakukan pencocokan penelitian data walaupun secara tidak langsung saya belum mendapat sosialisasi dari pihak KPU sendiri dari rumah ke rumah. Dari

petugas pantarlihnya belum ada yang di daerah. Contohnya di daerah ini kan saya kebetulan lagi di bantul. Di daerah bantul belum ada pantarlih yang keliling melakukan coklit. Tapi mungkin kalau di daerah kota sudah banyak yang melakukan petugas keliling. pantarlih itu.

❖ **Jidan** : Nah, semasa SMA itu pernah nggak sih sosialisasi di SMA Muhammadiyah?.

❖ **Rangga** : Belum pernah, Mas. Justru yang melakukan sosialisasinya malah guru bukan dari petugas KPU. Kalau kemarin kita belajar di Jakarta Barat, itu kan kemarin sempat diundang di KPU Jakarta Barat. Itu ada petugas- petugasnya khusus. Jadi ada yang ke rumah-rumah, ada yang sosialisasi ke SMA, ke sekolah gitu. Tapi kok di sini masih belum terlaksana dengan baik? Mungkin kalau rumah-rumah mungkin ada. Belum terlalu kelihatan banget gitu kan. Biasanya kalau di Jakarta itu kan petugasnya ada yang pakai rompi gitu, rompi khusus, sama topi gitu. tapi kalau yang di daerah Jogja ini kayaknya belum kelihatan petugasnya.

❖ **Jidan** : Oh, berarti kayak ada kejomplangan ya? Padahal SMA 3 Muhammadiyah itu termasuk salah satu yang udah punya nama lah.

❖ **Rangga** : Iya, bisa dikatakan seperti itu.

❖ **Jidan** : Oke. Lalu apakah Anda pernah mengakses media sosial atau media informasi yang dimiliki KPU DIY? Baik kayak Instagram-nya mungkin, websitenya, atau mungkin media sosial lain. Sudah sampai sejauh apa gitu?.

❖ **Rangga** : Mungkin baru sampai ini ya. Informasi tentang rekapitulasi daftar pemilih sementara yang ada di DIY di 2024.

❖ **Jidan** : Oke, oke. Lalu pertanyaan kelima, bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat Gen Z?.

❖ **Rangga** : Kalau menurut saya, di KPU DIY ini masih tersamar-samar untuk menarik Gen Z memilih. Kalau saya turun ke lapangan itu biasanya melihat anak muda itu bahkan tidak peduli dengan politik. Wah, apaan sih orang ujung-ujungnya? Apa ya, ini gue juga makan, juga sendiri. Ya, kayak itulah. Kayak apatis sih, nggak peduli politik. Nah, itu tugasnya KPU harus bagaimana caranya bisa menggiring anak-anak muda ini, termasuk Gen Z, supaya peduli dengan politik Itu kan ada step-by-stepnya itu memang tidak mudah. Tapi kalau misalnya terjun langsung di kalangan anak muda, misalnya di tongkrongan, kayak kemarin di Jakarta Barat, agak bagus itu. Dia mengadakan sosialisasinya di kafe, di tempat-tempat kafe, agak bagus. Ada doorprize gitu Jadi, bahannya agak menarik nih di

tempat tongkrongan ada sosialisasi dari KPU. Maksudnya yang harus dilakukan KPU DIY seperti itu, supaya anak muda tertarik dengan hak suaranya yang mereka miliki. Sejauh ini kan banyak yang nggak peduli. Pilpres kemarin aja nggak peduli apalagi pilkada besok Itu mirisnya anak muda sekarang, terutama di Gen Z. Kalau menurut saya gitu sih. Paling turunya mengiring anak-anak muda, ya sambil diajak diskusi lah, tongkrong gitu. Soalnya anak-anak muda sukanya tongkrong ya. Terus ya dibuat menarik, pamfletnya disebar gitu, segala macam itu. Kayak buat komunitas gitu. Kalau di apa namanya di Jakarta tuh ada namanya Next X Power nah itu yang isinya anak-anak muda, anak-anak muda yang ditarik supaya peduli dengan politik. Nah itu bekerjasama sama KPU, sama orang-orang DPR, kemarin saya sempat kesana, sempat ikut-ikut acaranya, sama-sama di Jakarta.

❖ **Jidan** : Oh berarti karena di DIY sendiri, terutama untuk KPUnya itu, belum ada program-programnya seperti itu, otomatis rangka ini lebih tertariknya ke Jakartanya, berarti ya?.

❖ **Rangga** : Iya betul.

❖ **Jidan** : Padahal KTP nya DIY kan ya?.

❖ **Rangga** : Betul, kebetulan pas di Jakarta saya ikut-ikut acaranya. Kan basicnya anak-anak muda kan sukanya nongkrong, nah itu diajak diskusi balik sana. Jadi anak muda kayak digiring, bener-bener digiring supaya tidak apatis.

❖ **Jidan** : Ya mungkin, sasaran dari KPU DIY itu belum kayak menyeluruh gitu loh. Mungkin hanya sedikit saja.

❖ **Rangga** : Betul.

❖ **Jidan** : Oke, mungkin wawancara pada hari ini telah selesai.

4. Nama Informan : Muhammad Nazhif Hibatullah
Usia (Umur) : 18 Tahun
Asal Sekolah / Kampus : SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta

❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim. Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Di sini saya pada siang hari ini, tanggal 25 Agustus 2024, pada hari Ahad, akan melakukan wawancara pada responden dalam kebutuhan skripsi saya. Boleh perkenalan diri dulu, Mas?.

❖ **Nazhif** : Perkenalkan, nama saya muhammad nazhif hibatullah asal sekolah SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta alamat tinggal di Ngampilan, Yogyakarta.

❖ **Jidan** : Oke, terima kasih Mas Nazhif. Nah, langsung saja pada inti dari agenda

pada siang hari ini. Pertanyaan pertama adalah, apakah anda terdaftar sebagai pemilih pada pemilu 2024?.

- ❖ **Nazhif** : Ya, saya sudah terdaftar sebagai pemilih pada pemilu 2024 karena umur saya sudah bisa untuk memilih dalam pemilu 2024.
- ❖ **Jidan** : Oke, baik. Lalu pertanyaan kedua adalah, apakah anda memberikan suara Anda pada pemilu 2024?.
- ❖ **Nazhif** : Ya, betul sekali saya memberikan suara saya saat pemilihan umum, karena ini adalah suatu kewajiban untuk menentukan atau memilih pemimpin yang bisa mengatur negara ini.
- ❖ **Jidan** : Baik, lalu apakah Anda mengetahui kegiatan KPU DIY atau Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta untuk mempromosikan pentingnya pemilu?.
- ❖ **Nazhif** : Sepengetahuan saya hal seperti itu dengan adanya sosialisasi dengan warga sekitar untuk memberikan penjelasan mengenai pemilu yang akan dilaksanakan. Seperti memberikan penjelasan mengenai calon-calon yang akan memimpin di negeri ini yang akan menentukan masa depan negara ini.
- ❖ **Jidan** : Nah, bicara soal itu, apakah di SMA-nya mas Nazhif ini pernah ada enggaksih dari KPU DIY yang melakukan sosialisasi ataupun event yang sekiranya menggandeng komunitas untuk mempromosikan pentingnya pemilu?.
- ❖ **Nazhif** : Kalau mengenai hal ini, saya kemarin tidak terlalu mengetahui karena saya masih kurang mendapatkan informasi lebih lanjut lagi mengenai KPU ini. Jadi, belum mendalami lagi informasi tentang KPU ini.
- ❖ **Jidan** : Oke, baik. Berarti memang belum ada sosialisasi yang dilakukan KPU DIY ya berarti ya?.
- ❖ **Nazhif** : Iya, betul. Masih belum ada sosialisasi dari KPU DIY.
- ❖ **Jidan** : Oke, baik. Lalu, untuk pertanyaan selanjutnya adalah apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasi dari KPU DIY?.
- ❖ **Nazhif** : Dari KPU DIY, saya masih belum kurang mendapatkan informasi juga. Jadi, saya belum mengakses di media sosial saya.
- ❖ **Jidan** : Oke baik, Berarti memang belum maksimal ya untuk dari kampanye yang dilakukan KPU DIY walaupun mereka juga sudah menyediakan media sosial gitu lho. Lalu, bagaimana tanggapan Anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat Gen Z guna memilih?.
- ❖ **Nazhif** : Mungkin banyak dari Gen Z dan milennial yang mengagap bahwa pesta

demokrasi hanya bertujuan untuk kepentingan beberapa golongan. Keputusan untuk golput atau menggunakan hak pilih sebenarnya merupakan hak pribadi setiap individu. Namun, dengan adanya akses kemudahan dalam ruang digital melalui tren, politik dinilai berhasil masuk dan memperoleh opini publik kedua generasi lewat ruang digital termasuk dunia politik, kebijakan, bahkan pemilu.

- ❖ **Jidan** : Nah, kira-kira masukan untuk KPU DIY dari mas Nazhif itu seperti apa?.
- ❖ **Nazhif** : Mungkin bisa di perdalam lagi seperti halnya kalau kemarin masuk di kampung saya hanya seperti warga bapak-bapak atau lansia ataupun yang sudah tua-tua renta itu sebaiknya disosialisasikan lagi dengan anak-anak muda sekitar.
- ❖ **Jidan** : Oke baik Berarti sangat diperlukan untuk menggandeng lebih luas lagi komunitas karena memang mungkin di sebagian wilayah sudah tercover oleh KPU DIY, tapi untuk di lingkungannya mas Nazhif ini belum berarti ya?.
- ❖ **Nazhif** : Belum sekali, belum sangat rentang juga.
- ❖ **Jidan** : Oh iya, oke. Sebelumnya saya ucapkan terima kasih atas kehadirannya mas Nazhif sebagai responden maka dari itu saya tutup wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.
- ❖ **Nazhif** : walaikumsallam warahmatullahi wabarakatuh.

5. Nama Informan : Tadzila Arvi Muzaki
Usia (Umur) : 18 Tahun
Asal Sekolah / Kampus : SMK Negeri 3 Kasihan

- ❖ **Jidan** : Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.
- ❖ **Tadzila** : Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.
- ❖ **Jidan** : Saya ucapkan terima kasih kepada responden yakni Mbak tadzila arvi muzaki yang telah hadir sebagai responden pada malam hari ini di tanggal 23 Agustus 2024, hari Jumat Oke, boleh perkenalan terlebih dahulu.
- ❖ **Tadzila** : Selamat malam, saya tadzila arvi muzaki dari SMK Negeri 3 Kasihan Saya berada di jurusan Animasi.
- ❖ **Jidan** : Nah, langsung saja untuk wawancara penelitian ini Pertanyaan pertama, apakah anda terdaftar sebagai pemilih dalam pemilu 2024 ini?.
- ❖ **Tadzila** : Iya, saya terdaftar sebagai pemilih ya, dalam pemilu kemarin itu.
- ❖ **Jidan** : Oke, lalu apakah Anda turut serta memberikan suara dalam pemilu 2024?.
- ❖ **Tadzila** : Iya, saya memberikan suara saya sebagai yang memiliki hak ya, untuk pemilu kemarin dan saya menggunakan suara saya sebaik mungkin.

- ❖ **Jidan** : Lalu, apakah Anda mengetahui kegiatan KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya pemilu?.
- ❖ **Tadzlila** : Biasanya, seperti KPU, apalagi di tingkat provinsi ini seharusnya kan sering melakukan berbagai kegiatan untuk mempromosikan pentingnya pemilu dan meningkatkan partisipasi masyarakat ya. Kegiatan tersebut biasanya mencakup kayak edukasi sosial, kolaborasi dengan sekolah atau perguruan tinggi, atau mungkin event-event publik, kayak pameran, atau mungkin komunitas dan, ya komunitas untuk mendekatkan KPU dengan masyarakat, khususnya Gen Z dan bisa memberikan informasi secara langsung. Namun, sejauh ini saya pribadi belum menerima atau mengalami hal ini ya, dari KPU, dari lingkungan saya.
- ❖ **Jidan** : Oke, lalu apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasi dari Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta?.
- ❖ **Tadzlila** : Sebelumnya saya pribadi belum pernah mengakses secara langsung, tapi saya pernah lihat lewat itu, media sosial yang menyebarkan info-info terkait up-to-date soal Yogyakarta, itu saya pernah melihat beberapa kali, tapi saya belum pernah melihat yang secara langsung mengunjungi situsnya, seperti itu.
- ❖ **Jidan** : Oke. lalu, bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat Gen Z untuk memilih?.
- ❖ **Tadzlila** : Menurut saya itu, KPU DIY itu agak kurang ya untuk menarik minat Gen Z entah dari promosi mereka atau dari branding mereka juga kepada kami-kami para Gen Z ini. Mungkin bisa ditingkatkan kayak konten yang lebih kreatif atau branding mereka lebih dibagikan saja, apalagi ya banyaklah isu-isu di sekitar Gen Z yang mempengaruhi untuk tertarik akan pemilu.
- ❖ **Jidan** : Ya, karena mungkin mengingat Gen Z ini kan problematiknya kan adalah apatisme politiknya ini masih sangat kurat ya padahal selaku pemilih pemula itu, dia itu harus tahu apa yang akan dia lakukan, terutama untuk pemilu ini berkaitan dengan kemaslahatan banyak orang. Oke, makasih banget ya untuk lila.
- ❖ **Tadzlila** : Thank you juga, wassalamualaikum.
- ❖ **Jidan** : Walaikumsallam.

6. Nama Informan : Angelina Nita Widyawati
 Usia (Umur) : 20 Tahun
 Asal Sekolah / Kampus : Universitas Islam Indonesia

❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim Assalamu'alaikum warahmatullahi

wabarakatuh.

- ❖ **Angelina** : Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.
- ❖ **Jidan** : Saya ucapkan terima kasih pada responden yang telah bersedia hadir pada hari ini, hari Senin tanggal 26 Agustus tahun 2024. Pada hari ini akan langsung saya melakukan sebuah wawancara untuk penelitian saya langsung saja pada inti dari agenda, boleh perkenalan diri dulu Mbak?.
- ❖ **Angelina** : Perkenalkan, saya angelina nita widyawati saya berasal dari UII Universitas Islam Indonesia kebetulan saya juga maba terus untuk alamat rumah saya ada di Sleman.
- ❖ **Jidan** : Oke, terima kasih langsung saja pada pertanyaan pertama, apakah Anda terdaftar sebagai pemilih pada Pemilu 2024?.
- ❖ **Angelina** : Untuk pemilihan Pemilu 2024 ini, kebetulan saya telah mendaftar karena telah memastikan diri saya sebagai pemilih untuk Pemilu 2024 ini terus juga karena kebetulan umur saya telah mencukupi, jadi saya ikuti Pemilu 2024 ini.
- ❖ **Jidan** : Baik, lalu apakah anda memberikan suara pada Pemilu 2024 ini?.
- ❖ **Angelina** : Untuk memberikan suara karena sebelumnya saya mendaftar, jadi saya jelas-jelas memberikan suara, karena dalam partisipasi dalam Pemilu 2024 ini bukan hanya tentang memilih kandidat atau partai ya tapi juga untuk mengekspresikan suara hati, nurani, dan keyakinan pribadi, itu juga tentang mengenai apa yang terbaik buat bangsa Indonesia ini, itu sih cukup.
- ❖ **Jidan** : Oke, berarti ini pertama kalinya terdaftar sebagai pemilih pemula?.
- ❖ **Angelina** : Iya, baru pertama kali, makanya lebih semangat banget sih buat berpartisipasi di Pemilu 2024 ini.
- ❖ **Jidan** : Oke, lalu apakah anda mengetahui kegiatan KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya Pemilu?.
- ❖ **Angelina** : Tentu sih iya, karena ada berbagai kegiatan untuk mempromosikan pentingnya Pemilu kan kayak melewati sosial dan edukasi, kebetulan KPU DIY itu juga mengadakan sosialisasi, itu buat masyarakat tentang pemilu, hak dan kewajiban pemilih terus juga serta pentingnya partisipasi dalam pemilu ini juga mereka bersosialisasi dan ada edukasinya terus juga ada ini ya mereka ada kampanye informasi itu, kalau kampanye informasi itu. saya lihat melalui media sosial televisi terus juga media cetak di berbagai jalan.
- ❖ **Jidan** : Oke, berarti pernah mengalami langsung yang dari KPU DIY-nya?.
- ❖ **Angelina** : Iya pernah, langsung pernah waktu itu pernah datang ke desa,

kebetulan ada kampanye-nya.

- ❖ **Jidan** : Oke, lalu apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasinya KPU DIY?.
- ❖ **Angelina** : Kalau buat mengaksesnya langsung itu sebenarnya enggak sih cuman lebih sering kayak kan mereka kan buat media informasinya banyak ya, jadinya sering kayak tiba-tiba muncul aja kayak misalnya kayak di Instagram TikTok, gitu-gitu tapi kalau buat lebih spesifikasi, buat nyari tahu tentang itu sebenarnya enggak, cuman kadang sering lewat.
- ❖ **Jidan** : Oke, berarti dulu waktu pas jadi partisipan sebagai pemilih pemula itu dimana lokasinya?.
- ❖ **Angelina** : Di daerah turi sleman.
- ❖ **Jidan** : Oke, oke baik, lalu pertanyaan terakhir, bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat Gen Z guna memilih?.
- ❖ **Angelina** : Untuk upayanya KPU DIY sendiri itu itu sebenarnya langkah yang penting dan relevan ya cukup relevan juga karena Gen Z kan ini ya dikenal pengguna teknologi banget ya teknologi digital, terus media sosial itu instensif banget lah makanya dalam penerapan teknologi dan media sosial tuh, Gen Z tuh kan sangat aktif, dan biasanya dengan teknologi itu, mereka tuh jadi memanfaatkan platform-platform itu gitu loh buat menarik anak-anak Gen Z jadi itu cukup efektif.
- ❖ **Jidan** : Oke, berarti, ini kan sekarang maba berarti dulu di Man Sleman pernah ada sosialisasi langsung enggak dari di, apa namanya KPU DIY?.
- ❖ **Angelina** : Itu dulu pernah ada sekali waktu kelas akhir ini ya, waktu di akhir- akhir itu juga pernah ada.
- ❖ **Jidan** : Oke, baik, terima kasih untuk responden yang telah bersedia hadir, untuk wawancara pada hari ini telah selesai, dan saya pamit undur diri ya.
- ❖ **Angelina** : Yaa walaikumusalam warahmatullahi wabarakatuh.

7. Nama Informan : Heni Putri Lestari

Usia (Umur) : 17 Tahun

Asal Sekolah / Kampus : SMA Negeri 1 Sedayu

❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim. Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

❖ **Heni** : Wa'alaikumussalam warahmatullahi wabarakatuh.

- ❖ **Jidan** : Saya ucapkan terima kasih pada responden yang telah bersedia hadir pada hari ini di hari Senin tanggal 26 Agustus 2024 Boleh perkenalan diri dulu dek?.
- ❖ **Heni** : Perkenalkan saya heni putri lestari biasa dipanggil heni saya berasal dari SMA Negeri 1 Sedayu Jurusan IPS, XII IPS 4 saya lahir di Kendal tanggal 9 Februari 2007 dan tinggal di perumahan Griya Baiturrahman Argosari Sedayu Bantul.
- ❖ **Jidan** : Oke terima kasih atas perkenalan diri langsung saja pada inti dari agenda pada malam hari ini yaitu untuk wawancara penelitian pada pertanyaan pertama apakah anda terdaftar sebagai pemilih dalam pemilu 2024?.
- ❖ **Heni** : Izin menjawab untuk pertanyaan pertama ya, saya terdaftar karena sudah berusia 17 tahun dan telah mendapat KTP sebelum pemilu berlangsung.
- ❖ **Jidan** : Oke, pertanyaan selanjutnya adalah apakah anda memberikan suara pada pemilu 2024?.
- ❖ **Heni** : Untuk pertanyaan yang kedua ya, karena saya telah menetapkan pilihan setelah melihat beberapa program dari salah satu paslon yang ada di Pemilu 2024.
- ❖ **Jidan** : Oke, lalu apakah anda mengetahui kegiatan KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya pemilu?.
- ❖ **Heni** : Sejauh yang saya amati biasanya terdapat banner tentang promosi perlunya suara dari kalangan muda. Terdapat juga seruan melalui media sosial KPU DIY namun, menurut saya itu masih kurang dapat menjangkau Gen Z.
- ❖ **Jidan** : Oke, lalu apakah selama ini yang kamu alamin di SMA Sedayu dari KPU DIY itu pernah gak sih melakukan sosialisasi ataupun event di sekolahmu sendiri yang kamu alamin?.
- ❖ **Heni** : Oh ya seingat saya pernah sosialisasi tentang pemilihan umum ini dari KPU sendiri.
- ❖ **Jidan** : Oke, waktu itu berapa lama kira kira?.
- ❖ **Heni** : Saat itu selama kurang lebih 30 menit sampai 1 jam karena di untuk kelas 12 itu tidak mengikuti upacara namun mengikuti sosialisasi dari KPU.
- ❖ **Jidan** : Oke lalu pertanyaan selanjutnya adalah apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasi KPU DIY?.
- ❖ **Heni** : Ya, pernah karena saya lumayan penasaran tentang pernyataan sikap terkait peraturan KPU baru yang sudah terakomodir dengan putusan MK terkait batasan umur gubernur, bupati atau wali kota yang terjadi karena hasil dari demo yang akhir-akhir ini.

- ❖ **Jidan** : Oke, baik berarti termasuk hanya untuk kepentingan-kepentingan tertentu untuk mengakses salah satunya adalah hal tersebut ya?.
- ❖ **Heni** : Benar, tepat sekali.
- ❖ **Jidan** : Lalu pertanyaan terakhir adalah bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat Gen Z guna memilih?.
- ❖ **Heni** : Pertanyaan kelima menurut saya sudah bagus terdapat upaya untuk menarik minat Gen Z dengan adanya akun-akun sosial media dari KPU DIY sendiri namun ada sedikit saran untuk menggaet minat kalangan Gen Z mungkin pihak terkait dapat mengikuti trend yang sedang marak di kalangan Gen Z apalagi dalam era pesta politik dimana Gen Z menciptakan sendiri fandom atau kultur entertainment sebagai cara mereka dalam menerima agenda agenda politik contohnya seperti maraknya fan art atau seni yang dibuat oleh para ilustrator muda dalam menyambut pemilu kemarin ini atau adanya *space* atau ruang diskusi online yang diselenggarakan di salah satu media sosial dari beberapa pihak seperti akun tim penguin nasional atau have anies day karena dengan berkolaborasi dengan pihak-pihak terkait apalagi anak muda yang juga sama-sama sedang menaikkan awareness tentang politik dapat menjadi suatu gerakan bagus sehingga tercipta pula ruang diskusi sehat.
- ❖ **Jidan** : Oke terimakasih sekali saya pernah melakukan sebuah pengamatan juga langsung ke KPU DIY mereka bilang pada saya waktu itu untuk melakukan kampanye ke gen z ini kalo dari ceramah itu kan membosankan lalu mereka mengakalinya dengan cara melakukan nobar kaya contoh judulnya adalah judul dari kpu diy waktu itu diberikan nama film nya adalah kejarlah janji nah itu untuk untuk disisipkan pesan-pesan terkait pemilu nah kira-kira buat dek heni ini sendiri apakah pernah mengalami hal itu?.
- ❖ **Heni** : Sejauh ini belum.
- ❖ **Jidan** : Oke dan juga saya izin konfirmasi lagi KPU DIY juga dalam observasi saya dia dia melakukan program namanya KPU Goes to School nah KPU Goes to School itu kan dia mendatangi semua orang di sekolah-sekolah melalui komunitas dan dia nanti ajak kayak simulasi untuk cara memilih yang baik dan benar itu kira-kira apakah pernah melakukan itu dari KPU DIY di SMA Sedayu sendiri?.
- ❖ **Heni** : Seingat saya saat itu sebatas sosialisasi sih kak.
- ❖ **Jidan** : Oke terima kasih dek heni ini telah hadir pada sesi wawancara penelitian ini dan selamat malam wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

❖ **Heni** : Wa'alaikumusallam warahmatullahi wabarakatuh.

8. Nama Informan : Sahara Handayani

Usia (Umur) : 19 Tahun

Asal Sekolah / Kampus : Universitas Negeri Yogyakarta

❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim. Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

❖ **Sahara** : Wa'alaikumussalam warahmatullahi wabarakatuh.

❖ **Jidan** : Selamat malam dan saya ucapkan terima kasih untuk kresponden yang telah bersedia hadir pada malam hari ini tanggal 26 Agustus 2024 pada hari Senin. Boleh perkenalan diri dulu?.

❖ **Sahara** : Saya sahara handayani berasal dari Sidoluhur Godean. Dulu saya alumni SMA 1 Negeri, Godean. Dan alhamdulillah sekarang sudah menjadi mahasiswi di Universitas Negeri Yogyakarta.

❖ **Jidan** : Oke, terima kasih. Panggilannya berarti mbak sahara ya?.

❖ **Sahara** : Ara aja.

❖ **Jidan** : Oh ya, Ara. Oke, baik. Langsung ke agenda kita pada hari ini untuk wawancara penelitian. Pada pertanyaan pertama, apakah anda terdaftar sebagai pemilih pada Pemilu 2024?.

❖ **Sahara** : Ya, saya terdaftar karena tahun ini baru juga memulai daftar sebagai pemilih tahun ini. Pertama kali juga merasakan tahun ini.

❖ **Jidan** : Oke, berarti sebagai first time voter, berarti apakah anda juga memberikan suara pada Pemilu 2024?.

❖ **Sahara** : Ya, saya berikan karena itu merupakan kewajibannya yang sudah mencukupi umurnya. Karena itu salah satu kewajiban, berarti kita harus mengikuti aturan dan sebagai warga negara juga berhak untuk memilih siapa yang dipilih.

❖ **Jidan** : Oke, lalu apakah anda mengetahui kegiatan KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya pemilu?.

❖ **Sahara** : Kurang tahu sih, karena secara umum kalau mempromosikan KPU DIY itu masih belum mulai terutama bagi anak sekolahan yang masih belum luas untuk diketahui secara promosinya. Makanya saat ini saya belum tahu bagaimana sistem dan aturan cara KPU untuk mempromosikan pemilu itu sendiri.

❖ **Jidan** : Oke, lalu berarti dulu nih, selama bersekolah di SMA Negeri 1 Godean, kemudian apakah KPU itu pernah sosialisasi di sekolah selama yang kamu alamin?

Kan saat ini Maba berarti statusnya.

- ❖ **Sahara** : Iya, semenjak saya sekolah di sana, saya belum pernah mendapatkan KPU DIY itu datang ke sekolah kami. Itu yang saya tahu, belum saya dapatkan KPU DIY itu datang ke sekolah untuk mempromosikan tentang KPU daerah istimewa Yogyakarta. Mungkin selanjutnya ada tindakan yang akan dilakukan KPU DIY untuk terjun lagi ke sekolah-sekolah.
- ❖ **Jidan** : Oke, lalu pertanyaan selanjutnya adalah, apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasi dari KPU DIY?.
- ❖ **Sahara** : Saya pernah, cuma nggak sering untuk mengakses media informasi atau media sosialnya. Yang pernah saya akses itu salah satunya di Instagram KPU DIY. Menurut saya, Instagram-nya itu cukup bagus, dan cara informasi dalam media sosialnya cukup bagus dan konsisten. Karena media informasinya juga sangat menarik menurut saya, tetapi masih belum secara meluas informasinya. Mungkin bisa lebih diperluas lagi mungkin menggunakan Instagram Ads, agar bisa dijangkau lagi oleh orang-orang yang ada di media sosial.
- ❖ **Jidan** : Oke, berarti KPU DIY ini perlu melakukan evaluasi lebih lanjut lagi dalam biar menggunakan media sosialnya ya terutama untuk menyentuh para gen z ini.
- ❖ **Sahara** : Ya, karena kalau kita melihat sekarang kan gen Z paling dominan terhadap media sosial. Nah, mungkin KPU DIY dalam media sosial lebih diperbaiki lagi dalam penjangkauannya. Karena kan dalam suara anak muda kita itu sangat penting ya.
- ❖ **Jidan** : Oke, lalu yang terakhir, bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minatnya gen Z guna memilih?.
- ❖ **Sahara** : Menurut saya ya, kalau untuk menarik perhatian dari generasi Z sekarang itu, yang pertama ya termasuk dalam bermain secara sosial media. Karena ya pasti kebanyakan anak muda kita sudah memiliki namanya gadget dan sudah memiliki namanya sosial media. Makanya perlu lebih ditindak lanjuti terhadap sosial media. Sehingga kalau kita menarik perhatian secara sosial media, itu bisa membuat para gen Z itu bisa lebih tertarik lagi terhadap media sosial yang dimiliki KPU DIY. Apalagi hal-hal yang viral, hal-hal yang trendnya pastinya ada di sosial media. Itu yang pertama. Yang kedua, mungkin KPU DIY ini lebih kalau dalam menarik secara dunia nyata ya, mungkin bisa lebih banyak bersosialisasi tentang apa itu pemilu, seberapa pentingnya warga Indonesia, terutama anak muda sekarang itu, seberapa penting dalam memilih. Karena ya, paling banyak dominan

dalam memilih atau dalam pemilu itu adalah suara anak muda di Indonesia.

- ❖ **Jidan** : Oke, baik. Saya rasa sudah mencukupi untuk kebutuhan penelitian saya. Sekali lagi, saya ucapkan terima kasih kepada responden yakni Mbak Sahara atau dipanggil Ara. Selamat malam Mbak Ara. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

9. Nama Informan : Farrel Majdi

Usia (Umur) : 18 Tahun

Asal Sekolah / Kampus : SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta

- ❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim. Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

- ❖ **Farrel** : Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

- ❖ **Jidan** : Saya ucapkan terima kasih pada responden yang telah bersedia hadir pada malam hari ini hari Rabu, tanggal 28 Agustus 2024. Boleh perkenalan diri dulu?.

- ❖ **Farrel** : Izin perkenalkan diri saya. Nama saya Farrel Majdi. Saya lahir pada tanggal 28 Mei 2006. Saya tinggal di Jalan Suparjo, Kunden, Kecamatan Godean.

- ❖ **Jidan** : Oke, baik. berarti Ber-KTP jogja?.

- ❖ **Farrel** : Iya.

- ❖ **Jidan** : Oke baik langsung pada agenda inti dari kegiatan kita dalam rekaman ini, yakni untuk wawancara penelitian, untuk Mas Farel, pertanyaan pertama adalah apakah Anda terdaftar sebagai pemilih pada pemilu 2024?.

- ❖ **Farrel** : Iya, saya terdaftar karena saya sudah memiliki KTP dan sudah berusia 17 tahun saat itu.

- ❖ **Jidan** : Lalu pertanyaan kedua, mas farel, apakah anda memberikan suara pada pemilu 2024?.

- ❖ **Farrel** : Iya, saya memberikan suara tentunya karena itu salah satu hak demokrasi.

- ❖ **Jidan** : Oke, dulu kira-kira waktu pas memberikan suara nyoblos di mana, Mas Farel?.

- ❖ **Farrel** : Di TPS 4 Margodadi Seyegan.

- ❖ **Jidan** : Lanjut pada pertanyaan berikutnya adalah apakah anda mengetahui kegiatan KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya pemilu?.

- ❖ **Farrel** : Iya, saya mengetahui karena saya pernah melihat di beberapa media sosial seperti Instagram, TikTok, di mana di situ KPU DIY mempromosikan pentingnya

pemilu.

- ❖ **Jidan** : Lalu untuk pertanyaan selanjutnya adalah apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasi KPU DIY?.
- ❖ **Farrel** : Iya, saya mengakses karena saat itu saya penasaran dengan program-program KPU DIY dalam menarik Gen Z, dalam memilih. Dan waktu itu saya juga penasaran juga sih dengan programnya. Jadi saya buka-buka media sosialnya.
- ❖ **Jidan** : Oke, lalu bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat Gen Z guna memilih?.
- ❖ **Farrel** : Kalau menurut saya KPU DIY ini gimana ya, kurang dalam membuat konten untuk menarik minat Gen Z mereka sepertinya kurang menarik gitu dalam konten-kontennya itu kayak seharusnya itu mereka mendatangi beberapa tempat yang seringkali dipakai untuk tongkrongan Gen Z dan seharusnya mereka membangun komunitas yang sekiranya itu bisa menarik minat Gen Z dalam pemilihan umum gitu.
- ❖ **Jidan** : Iya, memang dalam hal Gen Z ini mereka itu salah satunya adalah suka dalam hal tongkrongan gitu dan mungkin dari KPU DIY perlu lah menggaet dari komunitas-komunitas tersebut.
- ❖ **Farrel** : Iya, saya kira program yang dibuat KPU ini ya paling cuma kayak bikin brosur upaya minat Gen Z dalam pemilihan memilih gitu itu saya rasa itu kurang menarik karena saya menganggap itu sudah kuno gitu seharusnya mereka membuat tren-tren kekinian yang mestinya itu menarik daya minat Gen Z gitu karena Gen Z ini sejauh ini ya mereka sangat suka menonton tren-tren menarik di media sosial gitu seperti di TikTok, Instagram, dan sebagainya.
- ❖ **Jidan** : Oke, berarti perlu adanya kampanye-kampanye Nah, saya juga sempat konfirmasi ke KPU DIY katanya mereka mengadakan yang namanya seperti Nobar gitu Nobar yang disitu film tersebut itu tersisipkan pesan-pesan atau kampanye dari KPU DIY dalam pemilihan umum yang berjudul Kejarlah Janji apakah itu pernah dilakukan oleh KPU DIY di lingkungan Farrel?.
- ❖ **Farrel** : Saya belum pernah melihat ada anggota KPU DIY yang terjun langsung sih ya karena kalau saya sendiri di sekolah itu yang menarik minat anak-anak sekolahnya atau anak-anak Gen Z-nya itu guru itu sendiri biasanya itu yang mengajari soal proses pemilunya terus menarik minatnya dalam memilih memberi arahan guru PKN biasanya saya sendiri yang mengajari soal itu guru PKN.
- ❖ **Jidan** : Oke, baik berarti memang ada belum dari KPU DIY ini belum

menjangkau lebih banyak lagi terutama ke lingkungan Gen Z salah satunya di Farrel berarti ya?.

❖ **Farrel** : Iya.

❖ **Jidan** : Oke, baik terima kasih sekali lagi saya ucapkan terima kasih pada responden yang telah bersedia hadir saya rasa sudah cukup dari saya Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

10. Nama Informan : Falihah Nailatur Rohmah

Usia (Umur) : 19 Tahun

Asal Sekolah / Kampus : Universitas Muhammadiyah Surabaya

❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim. Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

❖ **Falihah** : Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

❖ **Jidan** : Baik, saya ucapkan terima kasih atas kehadirannya pada siang hari ini tanggal 28 Agustus 2024 Hari Rabu boleh memperkenalkan diri dulu mbak?.

❖ **Falihah** : Perkenalkan, nama saya falihah nailatur rohmah saya lahir pada tanggal 16 November 2006 di Balikpapan saya alumni lulusan sekolah SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta angkatan 2024 sekarang saya mahasiswi baru di Universitas Muhammadiyah Surabaya jurusan Kedokteran kebetulan saya berdomisili dan tinggal di Yogyakarta di Balecat, Gamping, Sleman, DIY.

❖ **Jidan** : Baik berarti walaupun lahir di Balikpapan tapi asli jogja ya mbak?.

❖ **Falihah** : Iya.

❖ **Jidan** : Baik, langsung pada inti agenda pada siang hari ini yaitu untuk wawancara penelitian saya langsung pada pertanyaan pertama apakah anda terdaftar sebagai pemilih pada pemilu 2024?.

❖ **Falihah** : Iya, saya terdaftar sebagai salah satu pemilih pada pemilu 2024.

❖ **Jidan** : Lalu pertanyaan kedua adalah apakah anda memberikan suara pada pemilu 2024 yang lalu?.

❖ **Falihah** : Ya, saya memberikan suara saya pada pemilu 2024 karena bagi saya itu adalah salah satu kesadaran politik dimana kita juga sebagai masyarakat Indonesia sendiri itu untuk menyuarakan suara dan berpendapat gitu dan kesadaran kita sendiri.

❖ **Jidan** : Oke lalu apakah anda mengetahui kegiatan KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya pemilu mengarah pada Gen Z?.

- ❖ **Falihah :** Saya tahu ada beberapa kegiatan untuk mempromosikan ya yang pertama dari media sosial karena juga dengan generasi sekarang ini udah terkenal banget tentang aktif di sosial media jadi saya sering lihat banyak informasi-informasi tentang pemilihan pemilu ini dari KPU di media sosial seperti di Instagram atau di TikTok juga ada orang-orang yang ikut share tentang pemilihan 2024 ini dan waktu itu sekolah saya juga pernah didatengin ya oleh beberapa orang dari KPU di sana juga dijelasin diberi informasi tentang pemilihan ini bagaimana caranya terus pelaksanaannya kapan dan bagaimana disitu juga kita diberitahukan untuk mengecek akun kita sudah terdaftar atau belum terdaftar di DPT atau tidak disitu diberikan informasi tentang bagaimana jika orang-orang yang mau ikut pemilu namun dia KTP- nya di luar daerah atau yang baru buat KTP dan sebagainya itu diberikan informasi.
- ❖ **Jidan :** Berarti waktu pas KPU DIY datang ke SMA Muhammadiyah 1 itu dia mengajak ini enggak agenda kaya nonton filmnya KPU soalnya saya sempat konfirmasi juga ke KPU bahwa selain dengan sosialisasi dan edukasi gitu dia ngajak untuk anak-anak gen z itu datang ke sekolah itu untuk nonton filmnya KPU yang judulnya adalah Kejarlah Janji.
- ❖ **Falihah :** Mungkin ada kurang lengkap informasi ya jadi waktu itu sekolah saya enggak ada buat informasi menonton film tersebut tapi kita cuma diberitahu untuk melihat informasinya lewat media sosial kita juga disuruh follow Instagram-nya dan follow up berita-berita terbarunya tapi waktu itu belum ada sih disuruh untuk nonton video tersebut.
- ❖ **Jidan :** Oke, lalu untuk pertanyaan selanjutnya adalah apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasi dari KPU DIY?.
- ❖ **Falihah :** Iya, pastinya saya pernah mengakses media sosial dan media informasi karena sebagai pemilih baru juga kita kan perlu untuk mengenal ya untuk mengenal lebih jelas, lebih jauh gimana teknisnya dan gimana cara- caranya seperti itu.
- ❖ **Jidan :** Oke, lalu bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat genzet guna memilih?.
- ❖ **Falihah :** Menurut saya sudah sangat bagus sudah cukup bagus karena juga banyak ya para-para gen z ini yang sudah menggunakan hak suaranya itu dan pastinya dengan kemauan diri sendiri jadi mereka itu munculnya juga minat mereka untuk mengikuti pemilu ini dan menggunakan hak suaranya mereka itu

juga karena adanya pemikiran-pemikiran dari calon-calon yang ada di pemilu 2024 dan adanya informasi-informasi dari KPU pastinya terutama gen z ini jadi yang sebelumnya mereka enggak tahu jadi mereka tahu dan tahu lebih jelas gitu bagaimana tentang pemilu ini.

❖ **Jidan** : Oke baik menyinggung tadi karena kan sempat bersekolah di SMA Muhammadiyah juga dulu waktu pas ngikut apa ya pemilihan suara dulu DPT-nya dimana?.

❖ **Falihah** : Aku di Kadipiro.

❖ **Jidan** : Oh di Kadipiro oke karena berhubung sudah terjawab semuanya saya sekali lagi mengucapkan terima kasih banyak untuk Mbak Faliha yang telah bersedia hadir mungkin kalau ada salah kata saya memohon maaf atau tindakan yang kurang dalam wawancara ini sekali lagi saya terima kasih wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

❖ **Falihah** : Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

11. Nama Informan : Yasmin Ulya Sadza Al Rosid

Usia (Umur) : 18 Tahun

Asal Sekolah / Kampus : SMK Negeri 3 Depok

❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim. Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

❖ **Yasmin** : Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

❖ **Jidan** : Saya ucapkan terima kasih pada responden yang telah bersedia hadir pada tanggal 29 Agustus 2024 boleh Mbak perkenalan diri dulu?.

❖ **Yasmin** : Sebelumnya perkenalkan nama saya Yasmin Ulya Sadza Al Rosid biasa dipanggil Yasmin asal sekolah saya dari SMKN 2 Depok, Sleman, Yogyakarta dan alamat tempat tinggal saya itu di Sleman.

❖ **Jidan** : Berarti panggilannya Yasmin ya?.

❖ **Yasmin** : Iya betul.

❖ **Jidan** : Oke, langsung pada agenda inti kita yakni wawancara penelitian pada pertanyaan pertama apakah anda terdaftar sebagai pemilih pada Pemilu 2024?.

❖ **Yasmin** : Iya, terdaftar sebagai pemilih pada Pemilu 2024 waktu itu sempat ada kayak pendataan gitu dari desa dan saya terdata menjadi pemilih.

❖ **Jidan** : Oke lalu untuk pertanyaan kedua adalah apakah anda memberikan suara pada Pemilu 2024?.

- ❖ **Yasmin** : Iya, saya memberikan suara pada Pemilu 2024 karena menurut saya itu harus dan wajib banget untuk ngisi walaupun kita gak tau mau milih siapa waktu itu karena banyak banget pilihannya dan pertimbangannya cuman menurutku satu suara itu tetap berarti jadi tetap harus memilih.
- ❖ **Jidan** : Oke, baik menyinggung terkait kamu sudah memberikan suara waktu itu kira-kira DPT lokasinya di mana, mbak yasmin?.
- ❖ **Yasmin** : Di Nglaban Sinduharjo Ngaglik Sleman di Jalan Kaliurang KM 10.
- ❖ **Jidan** : Oke, terima kasih lalu pertanyaan selanjutnya adalah apakah anda mengetahui kegiatan KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya Pemilu?.
- ❖ **Yasmin** : Seingat saya tuh waktu itu tuh sempat ada kayak apa ya kayak flyer atau poster gitu tentang gak boleh golput jadi sekedar itu aja sih cuman kalau dari sosial mediana belum tau.
- ❖ **Jidan** : Oke, lalu untuk pertanyaan keempat adalah apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasi KPU DIY?.
- ❖ **Yasmin** : Untuk saat ini sih kayaknya belum pernah cuman waktu itu tuh sempat ada lewat di Tiktok tapi kayaknya bukan dari KPU DIY-nya deh iya, saya ingat media sosial yang Instagram atau blognya sendiri belum pernah.
- ❖ **Jidan** : Oke, dan untuk pertanyaan terakhir bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat gen Z guna memilih?.
- ❖ **Yasmin** : Menurutku sebagai orang yang suka nonton sosial media itu masih kurang banget karena emang dari Instagram atau Tiktok saya sendiri itu nggak pernah lewat di beranda gitu kalau kita nggak search tapi kalau misalnya dari jalanan-jalanan yang kayak ada poster-poster tentang nggak boleh golput kayak harus milih dan sebagainya menurutku udah oke sih cuman masih kurang.
- ❖ **Jidan** : Oke saya rasa sudah cukup untuk wawancara penelitiannya tak lupa apabila ada kekurangan mohon dimaafkan wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.
- ❖ **Yasmin** : Waalaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh Semoga bisa membantu skripsinya Semoga lancar.

12. Nama Informan : Nabil Zaki
 Usia (Umur) : 18 Tahun
 Asal Sekolah / Kampus : MAN 3 Sleman

❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim. Assalamualaikum warahmatullahi

wabarakatuh. Pada tanggal 11 November 2024, disini saya akan melakukan wawancara penelitian kepada informan penelitian saya. Boleh perkenalkan diri?.

- ❖ **Nabil** : Halo kak, aku Nabil Zaki, aku dari Man 3 Sleman sekarang kelas 12. Asalnya itu Nogotirto, Gamping, Sleman kak. Usia aku tuh sekarang, nginjaknya tuh udah 18 tahun kak.
- ❖ **Jidan** : Oke baik, terima kasih Nabil. Nah untuk pertanyaan pertama, apakah anda terdaftar sebagai pemilih pada pemilihan 2024?.
- ❖ **Nabil** : Aku terdaftar kak, aku sebagai warga negara yang baik. Aku juga ingin melihat kemajuan negara kita kak, supaya negara kita lebih maju lagi. Dan juga aku tuh ini kak, aku mendapatkan surat undangan sebagai orang yang terdaftar untuk memilih di pemilihan 2024 kak.
- ❖ **Jidan** : Lalu untuk pertanyaan kedua, apakah anda memberikan suara pada pemilihan tersebut?.
- ❖ **Nabil** : Iya kak, jelas kak. Karena aku pengen melihat kemajuan dari negara aku kak, biar negara aku tuh semakin keren gitu lho kak. Kalau misalnya aku golput, ngebiarin negara aku dipimpin sama orang yang nggak baik gitu kak, aku takutnya. Atau yang tidak berkompeten gitu. Makanya aku memilih.
- ❖ **Jidan** : Pertanyaan selanjutnya, apakah anda mengetahui kegiatan dari KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya pemilu?.
- ❖ **Nabil** : Pernah berpartisipasi saat itu. Seluruh siswa-siswi kelas 12 tuh kak, wajib menghadiri sosialisasi kepemiluan. Termasuk saya juga kak, kalau nggak salah di awal tahun 2024, bulan Januari kemarin kak, yang menarik sesi nonton film KPU-nya. Saya lupa judulnya apa, seingat saya itu diperankan Shenina Cinnamon, ya itu kak salah satunya itu. Selama acara itu, sungguh nikmatin banget kak, karena nggak hanya sosialisasi semata yang kadang terkesan membosankan, namun selain dibekali pengetahuan soal kepemiluan, terutama arahan untuk cek DPT online ternyata semudah itu kak.
- ❖ **Jidan** : Oke lanjut pertanyaan berikutnya, apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasi dari KPU DIY?.
- ❖ **Nabil** : Pernah saat itu, dalam sesi pembekalan juga kita siswa siswi ini kak, diarahkan untuk mengakses secara langsung. Waktu itu semua media seperti website, Instagram, Youtube, Twitter dari KPU DIY. Tapi yang membuat saya menarik adalah Instagramnya, karena di sana berisi infografis yang tidak hanya sekedar menarik secara visual kak, melainkan berisi keakuratan data yang

faktual, serta kontennya sangat persuasif. Mengingat banyak campaign mengajak masyarakat turut serta untuk partisipatif kak, dan terutama berkaitan dengan informasi kepolimuannya untuk konten informatifnya kak.

- ❖ **Jidan** : Oke baik untuk pertanyaan terakhir, bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat Gen Z guna memilih?.
- ❖ **Nabil** : Kalau pandangan saya ya kak, terhadap KPU DIY dalam menarik Gen Z ini patut diapresiasi sih kak, karena mereka mencoba nge-blend nih kak dengan dunia Gen Z yang serba digital zaman sekarang dan cepat gitu kak. Namun menurut saya kunci suksesnya itu mereka dengan isu-isu yang benar-benar dekat di hati Gen Z, seperti lingkungan, kesetaraan, dan teknologi, kalau bisa jangan cuma sekedar nge-trend, tapi juga memberikan solusi nyata yang bisa dirasakan dampaknya kak. Dan jujur saja masih banyak yang perlu ditingkatkan, misalnya beberapa kontennya seringkali terasa terlalu berhutbah. Gen Z itu kan lebih suka yang santai dan interaktif. Mereka butuh ruang untuk berdiskusi, untuk menyampaikan pendapatnya. Jadi selama konten yang menarik, KPU DIY juga harus buka ruang dialog yang lebih inklusif kak.
- ❖ **Jidan** : Oke baik, terima kasih untuk dek Nabil Zaki atas partisipasinya pada wawancara penelitian telah selesai. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

13. Nama Informan : Dhimas Pradipta
Usia (Umur) : 18 Tahun
Asal Sekolah / Kampus : SMA Negeri 2 Bantul

- ❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim. Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Pada tanggal 11 November 2024. Di sini saya akan melakukan wawancara penelitian kepada informan penelitian saya. Nah, boleh memperkenalkan diri dulu, Mas?.
- ❖ **Dhimas** : Oke, perkenalkan. Nama saya Dimas Pradipta. Dari SMA N 2 Bantul, kelas 12. Saya tinggal di Kebonagung, Imogiri, Bantul. Kebetulan usia saya sekitar 18 tahun.
- ❖ **Jidan** : Oke, baik. Berarti panggilannya Mas Dimas. Nah, pada pertanyaan pertama, langsung saja. Apakah anda terdaftar sebagai pemilih pada pemilihan 2024 yang lalu?.
- ❖ **Dhimas** : Oh iya, saya terdaftar kebetulan karena usia saya sudah 18 tahun.

- ❖ **Jidan** : Oke, lalu pertanyaan kedua. Apakah anda memberikan suara pada pemilihan tersebut?.
- ❖ **Dhimas** : Iya, saya memberikan suara.
- ❖ **Jidan** : Oke, lalu pertanyaan nomor tiga. Apakah anda mengetahui kegiatan dari KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya pemilu?.
- ❖ **Dhimas** : Oh iya, seingatku itu pernah ada acaranya itu KPU Goes to School. Kemungkinan ya 1-2 jam. Nah, dari sudut pandangku, sejauh ini menarik serta lebih jelas bagi kami. Para siswa ataupun siswi, teman-teman saya semua. Disampaikannya langsung dari ahlinya tentunya. Namun, dalam segi penyampaian, awalnya sih seru ada sesi penampilan maskot KPU dalam bentuk boneka. Tapi, lama-lama agak membuat jenuh. Namun, paling menarik itu cara mencoblos di TPS serta membedakan kertas suara dari segi warna dan fungsi.
- ❖ **Jidan** : Baik, untuk pertanyaan tersebut sudah terjawab. Lalu pertanyaan nomor empat. Apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasinya?
- ❖ **Dhimas** : Jadi gini, waktu itu wali kelas saya, setelah istirahat dzuhur di kelas. Dihimbau untuk wajib hadir dalam acara tersebut. Dan karena saya ini orangnya penasaran, pada malam harinya tentu saya mencoba mencari akun resmi dari KPU DIY. Karena saya pengguna aktif di Instagram. Dan karena saya ini orangnya penasaran, maka sebelum tidur malam harinya saya mencoba mencari akun resmi dari KPU. Alhasil saya menemukannya. Kalau dari saya pribadi, isi kontennya sangat menarik. Ya walaupun ada yang beberapa hal cenderung apa namanya persuasif. Mengingatkan ini sebuah lembaga penyelenggaraan pemilu pastinya. Berisi kampanye yang mengiring untuk tidak golput pada masyarakat dengan cara yang positif. Dan bagi saya, masih agak kaku. Terkesan template pertama karena konten-konten untuk gen z nya belum terlalu banyak atau belum terlalu menarik menurut saya.
- ❖ **Jidan** : Oke, langsung di pertanyaan terakhir yaitu bagaimana tanggapan anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat gen z guna memilih?.
- ❖ **Dhimas** : Menurut saya perihal itu benar-benar agak sedikit menarik gen z ini untuk memilih. Bukan cuma soal membuat konten yang keren, tapi juga tentang pendidikan politik yang berkelanjutan. Gen z sebenarnya butuh pemahaman yang mendalam tentang sistem politik dan bagaimana suara mereka bisa membuat perubahan. KPU harus lebih proaktif dalam memberikan edukasi politik yang mudah dicerna dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Jika

sasaran itu dituju pada gen z, sejauh saya rasakan apatisisme politik sangat kental di gen z. Bila tidak diperhatikan oleh banyak, lebih banyak oleh KPU DIY.

❖ **Jidan** : Oke, baik. Saya rasa sudah menjawab keseluruhan. Dan saya ucapkan terima kasih pada Mas Pradipta. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

14. Nama Informan : Shayra Alifyana Hafidz
Usia (Umur) : 20 Tahun
Asal Sekolah / Kampus : Universitas Gadjah Mada

❖ **Jidan** : Bismillahirrahmanirrahim. Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Pada hari ini tanggal 12 November tahun 2024, hari Rabu, dilakukan sebuah wawancara penelitian saya pada informan penelitian. Boleh memperkenalkan diri dulu?.

❖ **Shayra** : Baik, perkenalkan nama saya Shayra Alifyana dari Universitas Gadjah Mada dari Prodi, Sosiologi. Usia saya saat ini 20 tahun, dan saya tinggal di Panggungharjo, Kecamatan Sewon, Bantul.

❖ **Jidan** : Oke, berarti panggilannya kak alifyana?.

❖ **Shayra** : Betul, kak.

❖ **Jidan** : Oke, langsung ke pertanyaan pertama ya. Apakah anda terdaftar sebagai pemilih dalam pemilu 2024 tersebut?.

❖ **Shayra** : Betul sekali, Kak. Jadi, saya sebagai warga negara yang baik, tentu saja saya terdaftar, mengingatkan saya juga sudah cukup umur, dan saya juga telah memiliki KTP, serta terdaftar juga di DPT untuk wilayah Yogyakarta, terutamanya di Sewon, Bantul.

❖ **Jidan** : Lalu apakah anda memberikan suara pada pemilihan tersebut?.

❖ **Shayra** : Tentu saja, mengingat saya juga sudah memenuhi syarat untuk melaksanakannya, maka saya juga berpartisipasi pada pemilu 2024 yang lalu. Dan saya sangat antusias, karena ini merupakan pertama kalinya guna hak saya untuk memilih di pemilu 2024.

❖ **Jidan** : Lalu untuk pertanyaan ketiga, apakah anda mengetahui kegiatan dari KPU DIY untuk mempromosikan pentingnya pemilu?.

❖ **Shayra** : Hmm kalau untuk perihal promosi pentingnya pemilu, sekilas pernah terlintas di salah satu media sosial saya yang terbentuk video campaign untuk tidak golput. Namun berkaca pengalaman pribadi saya, karena saya juga cukup

aktif magang di organisasi, saya menjadi perwakilan untuk menghadiri KPU Goes to Campus di jelang akhir tahun 2023 kemarin. Kalau tidak salah, itu pada bulan Oktober. Jujur kesan saya mengikuti seperti sosialisasi pada umumnya, tapi menariknya, yang saya sukai ialah benar- benar diedukasi secara interaktif. Tidak hanya itu, sesi nobar filmnya, I feel enjoy about it.

- ❖ **Jidan** : Oke, baik. lalu untuk pertanyaan keempat, apakah anda pernah mengakses media sosial atau media informasi dari KPU DIY?.
- ❖ **Shayra** : Untuk media sosial, media informasi KPU DIY yang pernah saya akses ini paling website-nya sama Instagram-nya aja. Pernah kebetulan waktu itu saya pernah ada tugas kuliah yang topiknya berkaitan dengan Pemilu 2024, lebih kepada yang memperkuat referensi tugas kuliah saya. Di event KPU Goes to Campus juga pernah dihimbau guna mengaksesnya tersebut.
- ❖ **Jidan** : Oke, baik. Untuk pertanyaan terakhir, bagaimana tanggapan Anda mengenai upaya KPU DIY untuk menarik minat Gen Z guna memilih?.
- ❖ **Shayra** : Hmm oke, berkaca pada sudut pandang yang saya mengenai aktivitas yang menarik minat Gen Z, masih sangat amat perlu diperhatikan sebagaimana KPU DIY sebagai lembaga penyelenggara pemilu. KPU DIY perlu memberikan pendidikan pemilihan yang tidak hanya menyajikan informasi dasar mengenai prosedur tahapan pemilu, melainkan juga pendekatan mendalam tentang isu-isu yang relevan, khususnya di wilayah DIY, isu-isu seperti pendidikan, lapangan pekerjaan yang di mana minimnya upah pekerja atau isu-isu sosial, budaya baik tradisional maupun yang kekinian, yang lekat dengan kehidupan sehari-harinya, agar dikampanyekan, guna membangkitkan minat mereka dan meskipun sejauh ini saya melihat konten-konten yang disajikan mayoritas berjenis informatif dan persuasif, baik dari segi tampilannya sangat kreatif, serta tersaji datanya secara faktual. Harusnya sih tidak hanya sebatas ini perlu meminimalisir untuk apatisisme politik di kalangan kawula muda saat ini.
- ❖ **Jidan** : Oke baik telah cukup wawancara penelitian saya pada informan, Mengucapkan terima kasih banyak kepada Mbak Shayra Alifyana Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian



FAKULTAS
PSIKOLOGI &
ILMU SOSIAL BUDAYA

Gedung Dr. Soekiman Wirjosandjojo
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 2106, 2114
F. (0274) 898444 ext. 2106
E. fpisb@uii.ac.id
W. fpisb.uui.ac.id

Tanggal : 7 Oktober 2024
Nomor : 2413/DEK/70/DAA/X/2024
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data Skripsi

Yth. Ketua KPU DIY - Komisi Pemilihan Umum DI Yogyakarta,
Jl. Ipda Tut Harsono No.47, Muja Muju, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55165

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah maupun Swasta. Selanjutnya kami mohon izin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

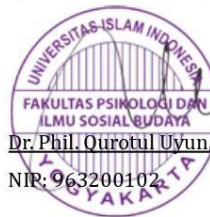
Nama Mahasiswa : Jidan Aflahul Ausath
Nomor Induk Mahasiswa : 20321169
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., M.A
Judul Skripsi :

Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) Dalam Meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



[Signature]
Dr. Phil. Orotul Uyun, S.Psi., M.Si., Psikolog
NIP: 963200102

Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara Bersama Narasumber



Dokumentasi 1.1 Wawancara Bersama Narasumber KPU DIY
Sri Surani – Anggota KPU DIY Selaku Ketua Divisi Sosialisasi,
Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat & Sumberdaya Manusia.



Dokumentasi 1.1 Wawancara Bersama Narasumber KPU DIY
Sri Surani – Anggota KPU DIY Selaku Ketua Divisi Sosialisasi,
Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat & Sumberdaya Manusia.

Lampiran 5. Dokumentasi Tampak Luar Gedung KPU DIY



Dokumentasi 1.3 Peneliti di Halaman Depan KPU DIY

Lampiran 6. Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi KPU DIY



Dokumentasi 1.4 KPU Goes to School MAN 3 Sleman



Dokumentasi 1.5 KPU Goes to Pesantren Al Imdad Bantul



Dokumentasi 1.6 KPU Goes to Campus Universitas Gadjah Mada



Dokumentasi 1.7 KPU Goes to Café

Lampiran 7. Dokumentasi Bersama Informan Penelitian



Dokumentasi 1.8 Peneliti dan Informan Siswa SMA.

Lampiran 8. Surat Keterangan Selesai Penelitian dari KPU DIY

	KOMISI PEMILIHAN UMUM DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA Jl Aipda Tut Harsono 47, Yogyakarta
Telp : (0274) 558005, 558006	Fax : (0274) 558006
<hr/>	
Nomor : 262 /HM.03.5-SD/34/3/2024	Yogyakarta, 2 Desember 2024
Sifat : Biasa	
Lampiran : -	
Perihal : Keterangan Selesai Penelitian	
 Yth. Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia di - Tempat	
<p>Sehubungan dengan Surat Dekan Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Nomor 2413/DEK/70/DAA/X/2024 tanggal 22 November 2024 perihal Permohonan Izin Surat Keterangan Selesai Penelitian, yaitu atas nama mahasiswa dengan identitas sebagai berikut:</p> <p>Nama : Jidan Aflahul Ausath NIM : 20321169 Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) dalam meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z pada Pemilu 2024</p> <p>dengan ini kami menyatakan bahwa yang mahasiswa tersebut diatas telah selesai melaksanakan penelitian di KPU Daerah Istimewa Yogyakarta.</p> <p>Demikian disampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.</p>	
<div style="text-align: right;"> Sekretaris,  Ari Tujiana</div>	

Dokumentasi 1.9 Surat Selesai Penelitian KPU DIY