

**STRATEGI KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA SEMARANG DALAM
MENSOSIALISASIKAN PEMILIHAN WALIKOTA 2015**



JURNAL

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Oleh:

**Nama : Tiko Wicaksono Saputra
NIM : 14010112140067**

**JURUSAN ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016**

Jurnal Penelitian

“Strategi KPU Kota Semarang dalam Mensosialisasikan Pemilihan Walikota 2015”

Pendahuluan

Pemilihan umum (pemilu) setiap lima tahun sekali dilaksanakan di seluruh wilayah Negara Indonesia. Menurut Pasal 1 UU No. 8/2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah bahwa pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang diselenggarakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945.

Pemilu adalah salah satu indikator negara demokrasi, dimana rakyat secara langsung dilibatkan dalam menentukan pemimpin dan arah dan kebijakan politik negara untuk lima tahun ke depan. Saat ini ada 8 jenis pemilu, terhitung sejak tahun 2004 pemilu diselenggarakan untuk memilih anggota DPR, anggota DPRD provinsi dan anggota DPRD kabupaten/kota, anggota DPD, dan memilih presiden/wakil presiden (pilpres). Selanjutnya sejak tahun 2005 diselenggarakan pemilu untuk memilih gubernur/wakil gubernur, bupati/wakil bupati dan walikota/wakil walikota yang disebut dengan pemilihan kepala daerah (pilkada).

Tingkat partisipasi pemilih sering dilihat sebagai variabel untuk mengukur keberhasilan penyelenggaraan pemilu. Huntington dan Noah mengatakan bahwa partisipasi masyarakat dalam demokrasi dapat terjadi ketika pembangunan sosial ekonomi berhasil mencapai tingkat pemerataan yang lebih besar, sehingga melahirkan stabilitas politik dan pada

gilirannya memunculkan partisipasi politik. Landasan sebagai pijakan dari partisipasi ini dapat berupa kelas, kelompok, lingkungan, partai dan golongan (*faction*)¹.

Kecenderungan partisipasi pemilih yang menurun adalah fenomena umum di Indonesia. Kecenderungan partisipasi pemilih yang turun dibanding pemilu-pemilu sebelumnya juga ditemukan di Kota Semarang, dan penurunan yang signifikan pada pilkada. Kota Semarang merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah dengan rata-rata pertumbuhan ekonomi di atas rata-rata, namun pengurangan kemiskinan di bawah rata-rata provinsi (*high-growth, less pro-poor*), artinya pertumbuhan ekonomi yang tinggi di daerah tersebut belum memberikan dampak penurunan angka kemiskinan secara nyata.

Kajian yang dilakukan KPU menemukan bahwa ada lima faktor penyebab menurunnya partisipasi masyarakat dalam pemilu, yakni :

1. Penurunan tingkat kepercayaan terhadap partai politik sebagai bentuk perlawanan terhadap perilaku korup para elit politik. Alih-alih menjadi harapan bagi perubahan kehidupan berbangsa dan bernegara, partai politik kini justru lebih menjadi sumber masalah akibat perilaku korup sejumlah elit mereka.
2. Faktor kekritisian, artinya masyarakat yang kritis dapat menganalisis hasil dari pemilu-pemilu sebelumnya dalam merealisasikan janji-janji saat kampanye. Tingkat realisasi dari janji kampanye yang relatif rendah serta tidak dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi rakyat menjadi dasar alasan untuk golput.

Faktor keadaan dimana orang tersebut tidak dapat memberikan suaranya pada TPS tempat tinggalnya karena orang tersebut terdaftar di TPS daerah.

3. lain. Misalnya, orang-orang yang merantau ke daerah lain baik untuk i nafkah, menuntut ilmu, maupun keperluan lain.

4. Kurangnya sosialisasi pemilu oleh Lembaga Pemilihan Umum sehingga orang-orang tidak mengetahui seberapa besar manfaat keterlibatan pada pemilu itu sendiri.

Kurangnya peran partai politik dalam sosialisasi politik sehingga masyarakat tidak mengetahui secara jelas apa visi, misi, atau bahkan tidak mengenal profil dari bakal calon yang diusung oleh partai politik itu sendiri.

Faktor yang keempat menunjukkan peran KPU dalam sosialisasi ikut menentukan tingkat partisipasi pemilih. KPU dalam program sosialisasi dituntut kreatif dan inovatif, misalnya metode dan media sosialisasi dapat dimodifikasi sesuai dengan budaya lokal. Atas dasar itu, fokus penelitian ini adalah “Strategi KPU Kota Semarang dalam Menyosialisasikan Pilwalkot 2015”

Secara bebas dapat diartikan bahwa pemilu merupakan tolak ukur dalam demokrasi perwakilan. Melalui pemilu, pemerintah memiliki mandat dan kewajiban yang harus dijalankan sebagai pejabat resmi. Dalam pemilu, suara rakyat menentukan kebijakan dalam pemerintahan dan melanjutkan keberlangsungan pembangunan secara demokratis.

Secara bebas dapat diartikan bahwa pemilu merupakan tolak ukur dalam demokrasi perwakilan. Melalui pemilu, pemerintah memiliki mandat dan kewajiban yang harus dijalankan sebagai pejabat resmi. Dalam pemilu, suara rakyat menentukan kebijakan dalam pemerintahan dan melanjutkan keberlangsungan pembangunan secara demokratis.

1. Adanya lembaga penyelenggara pemilihan yang independen².
2. Adanya keleluasaan untuk membentuk tempat penampungan bagi pluralitas aspirasi masyarakat pemilih;
3. Adanya mekanisme rekrutmen politik bagi calon-calon wakil rakyat yang terbuka;
4. Adanya kebebasan bagi pemilih untuk mendiskusikan dan menentukan pilihannya;

5. Adanya keleluasaan bagi peserta pemilu untuk berkompetisi secara sehat;
6. Adanya penghitungan suara yang dilakukan secara jujur; g) adanya netralitas birokrasi;
7. Adanya lembaga penyelenggara pemilihan yang independen

Terkait unsur nomor 7 mengenai keberadaan lembaga penyelenggara pemilu yang independen, standar internasional pemilu demokratis menegaskan perlu adanya jaminan hukum, bahwa lembaga tersebut bisa bekerja independen

Penyelenggara Pemilu

Pemilu diselenggarakan oleh suatu lembaga pemilu, jika pada awalnya penyelenggara pemilu adalah pemerintah (sejak Pemilu 1955-Pemilu Orde Baru), bergeser menjadi gabungan pemerintah dan partai politik peserta pemilu pada Pemilu 1999, maka sejak pemilu 2004 lembaga penyelenggara pemilu adalah lembaga independen. UUD 1945 hasil amandemen mengamanatkan pemilu diselenggarakan oleh suatu lembaga yang independen (Pasal 22E ayat 5), selanjutnya keberadaan lembaga penyelenggara pemilu diatur dalam undang-undang tersendiri, yaitu UU No. 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilu yang direvisi menjadi UU No. 15 Tahun 2011. Dalam undang-undang penyelenggara pemilu disebutkan bahwa penyelenggara pemilu adalah lembaga yang menyelenggarakan pemilu yang terdiri atas Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu).

Agar dapat memenuhi syarat suatu lembaga penyelenggara pemilu yang memenuhi ukuran pemilu demokratis, maka dalam undang-undangnya harus diatur tugas dan fungsi lembaga penyelenggara pemilu yang memenuhi kriteria internasional (IDEA) pemilu yang demokratis pula, yakni memberikan jaminan bahwa:

1. memastikan bahwa para pejabat dan staf yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan pemilu dilatih dengan baik serta bertindak adil dan independen dari setiap kepentingan politik;
2. memastikan bahwa prosedur pemberian suara telah dibuat dan disosialisasikan kepada masyarakat pemilih;
3. memastikan bahwa para pemilih diberitahu dan dididik tentang proses pemilihan, partai politik yang bertarung dan calon-calonnya;
4. memastikan pendaftaran pemilih dan memperbarui daftar pemilih;
5. memastikan kerahasiaan pemilih;
6. memastikan integritas kertas suara melalui langkah-langkah tertentu untuk mencegah pemberian suara yang tidak sah;

memastikan integritas proses penghitungan suara yang transparan, membuat tabulasi dan menjumlahkan suara

Sosialisasi Politik

Dalam proses sosialisasi seseorang belajar untuk mengetahui peran yang harus dijalankannya serta peran yang harus dijalankan oleh orang lain, di mana melalui penguasaan peran yang ada dalam masyarakat ini seseorang dapat berinteraksi dengan orang lain. Sosialisasi dilakukan melalui berbagai tahap dan dilakukan oleh bermacam-macam agen, yakni keluarga, sekolah, kelompok pergaulan, dan media masa, dan keluarga adalah agen pertama yang mengenalkan nilai-nilai dan peran-peran yang harus dijalankan.³

Sosialisasi merupakan proses yang berlangsung sepanjang hidup, sehingga bisa dikelompokkan atas sosialisasi primer dan sekunder.

Ada empat tahap perkembangan dalam sosialisasi politik diri anak-anak, yakni:

.

1. Pengenalan otoritas melalui individu tertentu, seperti orang tua, presiden, dan polisi
2. Perkembangan perbedaan antara otoritas internal dan eksternal, yaitu antara pejabat swasta dan pejabat pemerintah
3. Pengenalan mengenai institusi-institusi politik yang impersonal, seperti DPR, Mahkamah Agung, pemilu

Perkembangan perbedaan antara institusi-institusi politik dan mereka terlibat dalam aktivitas yang disosialisasikan dengan institusi-institusi ini, sehingga gambaran yang diidealisasi mengenai pribadi-pribadi khusus seperti presiden atau seorang anggota DPR telah dialihkan kepada kepresidenan dan DPR.

Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif

Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang tujuannya memaparkan (mendeskripsikan) secara lengkap mengenai *setting* sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan social

2. Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang yang bertempat di Gedung Pemerintah Kota Semarang yang terletak di Jalan Pemuda No 175 Semarang

Strategi KPU Kota Semarang dalam Mensosialisasikan Pemilihan Walikota 2015

Pada strategi KPU Kota Semarang berdasarkan evaluasi jangka panjang pada pembelajaran melalui pemilihan Walikota dan Wakil Walikota sebelumnya yakni pada tahun 2010 mencapai 60% yang merupakan tingkat partisipasi paling rendah, kemudian pada tahun selanjutnya yakni tahun 2015, KPU Kota Semarang membuat terobosan dan kreasi berkelanjutan seperti melibatkan Pemilihan Ketua OSIS atau Pemilos. Dari interaksi beberapa ribu orang atau umum yang lain dari rekan atau keluarga bahkan saudara maka dapat membuat efek untuk bekal tingkat partisipasi berikutnya. Strategi inilah pihak KPU Kota Semarang mencanangkan cara pendekatan yang sesuai dengan kondisi masyarakat Kota Semarang. Selain itu faktor *Multiple Effect* sebagai bekal pemilu untuk tahun 2015 yang bersamaan dengan efek pemilu serentak pertama kali atau melalui DPRD seperti tahun sebelumnya yang menimbulkan kontroversi. Kontroversi ini digunakan sebagai komunikasi publik sehingga ada hal yang dirasakan masyarakat.

Kemudian dengan kondisi politik di Kota Semarang hangat, yakni adanya pasangan Calon yang di prediksi ketat antara yang dahulu merupakan Walikota dan Wakil Walikota (Soemarmo – Hendi). Dua kandidat tersebut merupakan kandidat yang ramai atau banyak dicintai warga Semarang. Kegiatan pada strategi atau pra-Sosialisasi, maka KPU Kota Semarang melakukan Rapat Koordinasi sebagai pemantapan persiapan Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota. Rapat Koordinasi yang dilakukan meliputi dari :

- a. Rapat Koordinasi dengan Gabungan Partai Politik pengusung, LO dan Tim Kampanye terkait dengan pendaftaran pasangan calon dan juga seperti halnya kampanye, laporan maupun audit dana.
- b. Rapat Koordinasi dengan mitra kerja KPU Kota Semarang seperti Pemerintah Kota Semarang, Polrestaes Semarang, Panwas Kota Semarang, Kejaksaan Negeri Semarang, Pengadilan Negeri Semarang yang berkaitan dengan kegiatan pembentukan badan penyelenggara
- c. Rapat Koordinasi dengan Dinas Pendidikan Kota Semarang, Kantor Kementerian Agama Kota Semarang, Kantor Pajak Kota Semarang, DKK Semarang, IDI Kota Semarang, RSUD Kota Semarang dan RSJD Dr. Amino Gondohutomo sehubungan dengan Pencalonan (Syarat ijazah, NPWP, laporan pajak pribadi serta pemeriksaan jasmani dan rohani)
- d. Rapat Koordinasi dengan Tim Penggerak PKK Kota Semarang, Ketua Dharma Wanita Persatuan Kota Semarang, Perguruan Tinggi Kota Semarang , Media Elektronik yang terkait dengan Pencalonan maupun Sosialisasi

- e. Rapat Koordinasi dengan PPK se-Kota Semarang terkait dengan kegiatan pemantapan organisasi penyelenggara Pilwakot 2015, pemutakhiran data pemilih, sosialisasi Pilwakot 2015, pencalonan, kampanye, pengelolaan dan distribusi logistik. Kemudian selain itu juga kegiatan pemungutan atau perhitungan suara di TPS, rekapitulasi hasil perhitungan suara, persiapan evaluasi dan penyusunan laporan juga merupakan kegiatan yang nanti akan dilakukan oleh PPK

Materi dan Kelompok Sasaran Sosialisasi

- a. Tahapan dan jadwal Pilwakot 2015
- b. Daftar Pemilih
- c. Pencalonan dan Calon
- d. Teknis Pemungutan Suara
- e. Pengenalan Calon
- f. Kondisi Masyarakat

Sosialisasi diberikan kepada beberapa element masyarakat sebagai kelompok sasaran, yaitu :

- a. Pemula / Pelajar

Dengan pertimbangan karena sebelum dilakukannya Pilwakot 2015, pihak KPU Kota Semarang melakukan pendekatan dengan Pelajar dengan mengadakan Pemilos (Pemilihan Ketua OSIS) agar mereka dapat memahami arti penting pemilihan umum. Selain itu, mereka dapat menceritakan kepada teman, saudara atau orang terdekat mereka untuk mengingat pentingnya pemilihan umum yang bersamaan juga Kota Semarang mengadakan Pemilihan Umum yakni Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang 2015.

- b. Tokoh Masyarakat

Dengan pertimbangan bahwa dengan melalui Tokoh Masyarakat, dapat menyebarkan informasi Pilwakot 2015 dan juga menyampaikan arti penting memilih kepada warga setempat dalam lingkup luas. Diharapkan agar daya tarik untuk memilih pada Pilwakot 2015 meningkat dari tahun sebelumnya.

- c. Pengurus PKK

Dengan pertimbangan bahwa melalui ibu-ibu Ketua PKK atau Pengurus PKK yang dimana mayoritas kaum perempuan diharap dapat mengkoordinasikan ajakan untuk memilih pada Pilwakot 2015. Kaum Perempuan sendiri tergolong yang lebih mengurus rumah tangga dan menghiraukan kondisi politik di Kota Semarang. Maka dengan pendekatan melalui Pengurus PKK agar menyalurkan

serta menyadarkan anggota/ibu ibu PKK pentingnya untuk memilih Calon Walikota dan Wakil Walikota Semarang demi kemajuan Kota Semarang yang lebih baik.

d. Ormas/LSM

Dengan pertimbangan, KPU Kota Semarang melihat kondisi masyarakat dalam memilih dari tahun-tahun sebelumnya, maka KPU Kota Semarang melakukan sosialisasi atau pendekatan dengan Ormas/LSM diharapkan dengan sebagian warga Semarang banyak yang mengikuti ormas atau kelompok, agar mendapatkan informasi, menyebarluaskan tentang Pilwakot Semarang 2015, pengarah arti pentingnya memilih pada Pilwakot Semarang 2015. Disisi lain pada aspirasi dari ormas dan LSM dapat berperan maksimal muaranya nanti, dengan Pilwakot yang dapat terlaksana menjadi Pilwakot sesuai tujuannya yaitu kredible, akuntabel, luber jurdil, aman, dan intinya menjadi pemilu yang dapat dipercaya dengan

e. Kaum Difabel

Sebagaimana Kaum Difabel merupakan kelompok yang memiliki kekurangan dibanding dengan kondisi normal (khusus) pada umumnya. Maka KPU Kota Semarang melakukan sosialisasi pendekatan sesuai dengan kondisi kekurangan tiap kelompok tersebut. Sebagai contoh kelompok tuna rungu yang diberi sosialisasi melalui bahasa isyarat yang dilakukan pihak ahli. Manfaatnya agar kaum-kaum tersebut ikut berpartisipasi dalam memilih pada 9 Desember 2015 dan juga agar lebih memahami kemajuan politik yang terjadi di Semarang.

f. Kepemudaan

Seperti halnya pendekatan dengan kelompok lainnya, kelompok kepemudaan sendiri banyak di Semarang. Dengan memanfaatkan kondisi tersebut KPU Kota Semarang melakukan pendekatan dan penyebaran informasi tentang Pilwakot Semarang 2015 agar mereka mengerti arti penting memilih dan juga dari kegiatan tersebut mereka (kepemudaan) dapat membantu menyebar luaskan serta mengkoordinir anggotanya untuk memilih pada Pemilihan Walikota Semarang 2015 yang diselenggarakan 9 Desember 2015.

g. Tenaga Kerja

Dengan pertimbangan KPU Kota Semarang melalui Tenaga Kerja maka dengan melihat kondisi Kota Semarang dimana masyarakat Semarang sebagian ada yang bekerja diluar kota dengan ber-KTP Kota Semarang maupun di Kota Semarang

sendiri. Melalui pihak Tenaga Kerja, diharapkan dapat membantu dan menyebar luaskan secara menyeluruh, baik masyarakat yang bekerja di Semarang maupun diluar Semarang tentang Pilwakot Semarang 2015

h. Tokoh Agama

Melalui pendekatan dengan Lintas Agama yakni Islam, Katolik, Kristen , Hindu, dan Budha, maka pihak KPU Kota Semarang melakukan Sosialisasi dengan pemuka agama dari 5 agama per-Kelurahan se-Kota Semarang yang diharapkan dapat menyelinpan secara luas tentang pentingnya memilih pada Pilwakot Semarang 2015 kepada seluruh jemaat pada kegiatan keagamaan sesuai agama masing-masing.

i. Kaum Informal

Dengan pendekatan sosialisasi kepada Pejabat/Staf pada Dinas SKPD (Ketua/Anggota) dan juga PPK se-Kota Semarang, diharapkan dapat menyebar luaskan pada lingkup pemerintahan ataupun lembaga di bawah pemerintah dan koordinasi dalam Pilwakot 2015 yang akan dilakukan seluruh warga Kota Semarang.

j. Kaum Marjinal

Pendekatan pada Kaum Marjinal karena melalui pertimbangan bahwa masyarakat atau kelompok terpinggirkan (Marjinal) perlu mengetahui perkembangan politik khususnya di Semarang dan juga memberi pembelajaran arti memilih dalam kondisi demokrasi saat ini.

k. Orang Profesi

Melalui kaum atau orang-orang profesi karena Kota Semarang banyak yang merupakan orang-orang pengusaha/profesi. Hal ini dilaksanakan kepada kalangan tersebut agar mereka dapat memahami arti memilih Calon Walikota dan Wakil Walikota Semarang tahun 2015 untuk Kota Semarang yang lebih baik pada Era Pembangunan ini dan hal ini pun pasti berdampak baik bagi pengusaha/profesi.

Selain itu, dalam strategi sosialisasinya KPU Kota Semarang dan Sekretariat KPU Kota Semarang melakukan kegiatannya sosialisasinya dengan mitra, kelompok maupun badan kerja sama , seperti halnya :

a. Penyelenggara di bawah KPU Kota Semarang yaitu PPK, PPS& KPPS

b. Kemitraan untuk membantu kelancaran pada Pilwakot 2015 yaitu Pemerintah Kota Semarang atau Daerah, Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol), dan Relawan Demokrasi (Relasi)

- c. Partai Politik yang terdiri dari Anggota Partai Politik atau Bakal Calon Walikota
- d. Lembaga yang terdiri dari Kapolrestabes, Lembaga Pemasyarakatan, Korpri, Tim Penggerak PKK Kota Semarang dan Ketua Dharma Wanita
- e. Pemilih yang terdiri dari Kaum Difabel, Pemula atau Pelajar, Marginal atau orang pinggiran dan pekerja atau karyawan.

Pada Lima (5) poin tersebut, menjelaskan bahwa KPU Kota Semarang melakukan pendekatan ataupun kemitraan sebagai cara untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya memilih pemimpin tanpa harus golput dan juga cara tersebut sudah di sinkronisasikan dengan kondisi politik masyarakat kota Semarang.

2.3 Metode Sosialisasi

Pada metode sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Semarang menggunakan beberapa cara yakni :

- a. Metode Tatap Muka

Dengan metode ini, KPU Kota Semarang dapat menyampaikan materi sosialisasi tentang Pilwakot 2015 secara langsung kepada kelompok sasaran melalui beberapa sosialisasi dan kegiatan kemasyarakatan lainnya. Hal ini selain jelas akan informasi tentang Pilwakot Semarang 2015, sasaran tersebut dapat lebih memahami tentang Pilwakot Semarang 2015 dan kelompok sasaran dapat mempercayai bahwa kegiatan Pilwakot Semarang 2015 tersebut sungguh-sungguh, dan KPU Kota Semarang sebagai penyelenggara.

- b. Media elektronik seperti Siaran Televisi dan Radio

Dengan era Digitalisasi, pihak KPU Kota Semarang memanfaatkan media elektronik seperti televisi maupun radio untuk bahan sosialisasinya. Selain itu pihak KPU Kota Semarang memandang bahwa televisi dan radio sudah menjadi kebutuhan pokok setiap masyarakat terutama masyarakat Kota Semarang. Dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan televisi dan radio, maka KPU Kota Semarang melakukan sosialisasinya dengan tujuan masyarakat Kota Semarang seluruhnya dapat mengetahui bahwa Pilwakot Semarang 2015 akan diadakan dan diharapkan masyarakat dapat memahami arti memilih supaya pada hari-H Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota, masyarakat datang ke TPS untuk mencoblos/memilih.

c. Melalui Announcer Traffic Light

Sesuai dengan kondisi lalu lintas di Semarang dari tahun ke tahun, saat ini kota Semarang menempati Kota padat di Indonesia dengan tingkat kemacetan atau kepadatan yang signifikan. Maka KPU Kota Semarang memanfaatkan sarana Traffic Light yang manfaatnya agar tiap warga yang berada di jalan raya atau mobilitas yang tinggi dapat mengetahui Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang tahun 2015. Dan dengan kendaraan berjuta jumlahnya yang melintasi kota Semarang diharapkan dapat memilih dan menyuarakan suaranya di TPS pada 9 Desember 2015. Sosialisasi ini bekerja sama dengan Satlantas Polrestabes Semarang.

d. Melalui media Cetak/Massa

Dengan pertimbangan KPU Kota Semarang bahwa masyarakat Kota Semarang tak jarang atau banyak yang membaca media cetak massa/koran di setiap harinya. Maka dengan sosialisasi berbentuk iklan di koran, maka KPU Kota Semarang berharap agar pembaca seluruh Kota Semarang mengetahui adanya Pilwakot Semarang 2015 dan mengajak masyarakat untuk memilih pada 9 Desember 2015 pada Pemilihan Suara Pilwakot Semarang 2015.

e. Menggunakan bahan sosialisasi

Dengan kondisi masyarakat Kota Semarang yang santai atau terkesan acuh dengan Kegiatan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), maka inisiatif KPU Kota Semarang yakni melakukan Sosialisasi yang berbentuk barang atau berfisik dengan tujuan agar masyarakat selalu ingat akan adanya Pilwakot Semarang 2015. Kegiatan ini dilakukan pada saat Sosialisasi Tatap Muka ataupun kegiatan lainnya.

f. Menggunakan media sosial/laman

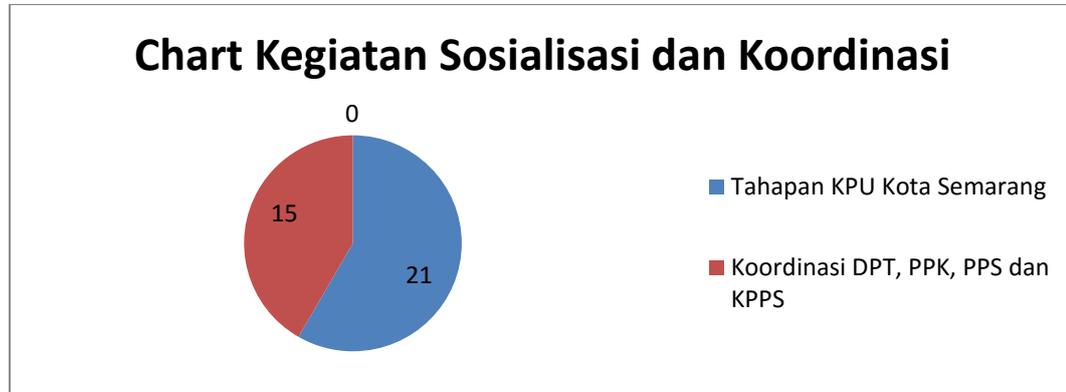
Dengan era adanya internet maka KPU Kota Semarang mempertimbangkan kebutuhan para pengguna internet atau netizen. Maka KPU Kota Semarang melakukan sosialisasinya melalui laman KPU Kota Semarang. Selain itu dengan cara tersebut, masyarakat yang berbasis atau berkebutuhan internet pada gadget, dengan kondisi dimana pun, kapan pun dan siapa pun dapat melihat dan mengetahui diselenggarakannya Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang 2015.

g. Dengan cara Mobilisasi Sosial maupun Bentuk Lain

Kegiatan sosialisasi cara tersebut karena KPU Kota Semarang mempertimbangkan dari segi mobilisasi atau kebutuhan masyarakat kota Semarang. KPU Kota Semarang pun melakukan sosialisasi di Car Free Day (CFD) di Semarang yang diselenggarakan hari Minggu pagi. Kemudian kegiatan Jalan Sehat Sosialisasi Pilwakot Semarang 2015 dan kirab sebagai pengenalan calon untuk memperkenalkan calon di depan masyarakat, hal ini diharapkan agar mendorong antusiasme masyarakat Semarang untuk memilih dan tidak golput

Dari beberapa cara pendekatan tersebut, KPU Kota Semarang melakukan beberapa kegiatan seperti yang telah disebutkan dengan berbagai cara untuk proses pendekatan sesuai kondisi politik Kota Semarang dan mengenalkan lebih dekat tentang Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang pada Tahun 2015.

Chart Kegiatan Sosialisasi KPU Kota Semarang dan Koordinasi Penyelenggara di bawah KPU Kota Semarang



Dari chart kegiatan sosialisasi dan koordinasi dapat disimpulkan bahwa kegiatan pada Tahapan dari KPU Kota Semarang lebih tinggi dibandingkan koordinasi dari DPT, PPK, PPS dan KPPS karena Tahapan dari KPU Kota Semarang mencakup kegiatan sosialisasi keseluruhan, sedangkan pihak koordinasi dari DPT, PPK, PPS, dan KPPS hanya sebagai pendukung KPU Kota Semarang dalam kegiatan sosialisasi sebelum Pilwakot Semarang 2015 terlaksana.

Dana Sosialisasi

Dana sangatlah penting didalam kelancaran proses kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kota Semarang. Sebelum melakukan sosialisasi kepada masyarakat, KPU Kota Semarang sendiri mempunyai dana yang akan digunakan dalam mendukung kegiatan sosialisasinya. Dana tersebut merupakan dana hibah dari Pemerintah Kota Semarang sebesar Rp.24.245.105.051, namun dari dana tersebut yang digunakan untuk sosialisasi adalah 2.400.450.000 atau sekitar 9,9% dari dana keseluruhan. Dari total biaya yakni Rp 2.400.450.000 merupakan dana yang telah digunakan pada kegiatan Sosialisasi Pilwakot Semarang 2015 oleh KPU Kota Semarang. Sehubungan dengan biaya tersebut, kegiatan yang dilakukan KPU Kota Semarang sudah memadai dan sudah sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan.

Terkait dengan presentase partisipasi di Kota Semarang yang semula KPU RI menetapkan Pilkada serentak 77,5%, namun Kota Semarang memiliki presentase 65,48% yang tidak mencapai sesuai target KPU RI. Namun dari partisipasi pemilih di tahun sebelumnya, Kota Semarang tahun 2015 meningkat dari Pilwakot 2010 yang mencapai hanya 60,20%. Situasi tersebut tentunya ada beberapa hambatan karena tidak mencapai 77,5%, Sebagaimana dalam wawancara dengan Ketua KPU Kota Semarang dan Komisioner KPU Kota Semarang Divisi Penghitungan Suara yakni antara lain :

- a. Kegiatan sosialisasi KPU Kota Semarang telah terealisasi semua, namun KPU Kota Semarang tidak memaksakan hak pilih karena itu merupakan hak setiap warga untuk memilih atau tidak. Dari hal itu, KPU Kota Semarang telah melakukan yang terbaik untuk meningkatkan partisipasi warga Kota Semarang.
- b. Faktor penghambat KPU Kota Semarang adalah sikap “ogah-ogahan” masyarakat Semarang pada Pemilihan Walikota Semarang Tahun 2015. Karena beberapa masyarakat memandang bahwa Walikota di Semarang dari tahun sebelumnya yang membawa dampak keadaannya begitu-begitu saja.

Masyarakat Kota Semarang banyak yang diluar Kota Semarang sehingga tidak mendapatkan hak pilih. Maka dari itu hak pilih tidak mencapai 75% sesuai yang ditentukan KPU RI, namun tingkat partisipasi masyarakat meningkat dari tahun sebelumnya. Tahun ini mencapai 65,48%.

- a. Semarang Tengah merupakan Kecamatan yang paling rendah tingkat memilihnya. Karena warga Semarang Tengah kebanyakan merantau di luar Semarang. Namun KPU Kota Semarang sudah melakukan tatap muka dengan Warga Semarang Tengah yang dihadiri Kesbangpol Semarang . Maka dari itu pihak KPU Kota Semarang tidak dapat memaksa warga yang berada diluar Semarang untuk pulang ke Semarang agar memilih, karena sebelumnya KPU Kota Semarang sudah menyampaikan “Kesadaran Memilih” kepada perwakilan warga setiap kecamatan.
- b. Sosialisasi yang belum terlihat massif ke seluruh lapisan masyarakat dikarenakan menyesuaikan dengan ketersediaan anggaran. Maka setiap relawan atau petugas yang memanfaatkan kegiatan-kegiatan warga untuk melakukan sosialisasi.
- c. Sosialisasi di TV, radio maupun media lainnya waktunya sangat singkat, hal tersebut menyebabkan tidak semua masyarakat dapat menyaksikan sosialisasi tersebut di televisi ataupun radio, maka dari itu pihak KPU melakukan kegiatan langsung ke lingkungan warga melalui kegiatan pengajian, tabligh akbar, dan enam aerobic

Dengan beberapa permasalahan yang telah disebutkan, maka KPU Kota Semarang untuk waktu ke depan, akan berupaya melaksanakan kegiatan yang lebih inovatif dan lebih berkembang dari sebelumnya. Hal ini juga melihat dari pandangan dan perkembangan situasi perpolitikan, pengalaman pilkada di Semarang dan mobilitas masyarakat di Kota Semarang. Sebagai badan penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah di Kota Semarang yang merupakan contoh pedoman pemilihan umum untuk masyarakat khususnya Kota Semarang, tuntutan inovasi harus dilakukan untuk menarik pemilih di Semarang saat ini dan seterusnya. KPU Kota Semarang sendiri tidak dapat memaksakan masyarakat untuk memilih, tetapi KPU Kota Semarang telah melakukan kegiatan untuk menarik masyarakat dengan cara yang maksimal, dilihat melalui kondisi mobilitas sosial dan masyarakat di Kota Semarang. Karena pada akhirnya, semua kembali kepada kesadaran pribadi masing-masing untuk memilih.

Kesimpulan

Pada strategi KPU Kota Semarang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Kota Semarang ada beberapa cara yang dilakukan KPU Kota Semarang yaitu :

1. KPU Kota Semarang pada strateginya, melihat berdasarkan jangka panjang pada pembelajaran melalui Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota sebelumnya yaitu pada tahun 2010 yang mencapai 60% yang merupakan tingkat partisipasi paling rendah, maka dari itu pada tahun 2015 KPU Kota Semarang melakukan terobosan dan kreasi berkelanjutan seperti melibatkan Pemilihan Ketua OSIS (Pemilos). Hal ini agar mendapatkan interaksi dari kelompok sasaran tersebut, bahkan diharapkan melalui interaksi ini, Pemilos dapat menyebar luaskan kembali informasi yang didapat ke lingkungan sekitarnya. Selain itu sebagai bahan pertimbangan untuk bekal sosialisasi, KPU Kota Semarang bekerja sama dengan akademis seperti CEPP UNDIP untuk membuat kajian partisipasi Pilkada 2015 yang bersamaan dengan diadakannya Pilwako 2015.
2. Dari kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh terdiri dari beberapa materi, kelompok sasaran, media, dan metode yang terdiri dari :
 - a) Materi Tahapan Sosialisasi Persiapan yang dilakukan pada kelompok sasaran seperti Partai Politik, Elemen Pemerintah, Mitra KPU, Mitra Kesehatan, Mitra Dinas terkait, serikat kelompok masyarakat dan PPK Kota Semarang dengan metode Rapat Koordinasi yang menggunakan media langsung atau tatap muka
 - b) Materi Tahapan Perencanaan dan Sosialisasi yang dilakukan setelah rapat koordinasi yang diikuti oleh kelompok sasaran seperti Instansi Pemerintah, Kapolres, organisasi masyarakat, tokoh agama, kaum marjinal, kaum pelajar, dan kaum profesi yang ber-KTP Semarang. Hal tersebut dilakukan melalui metode Tatap Muka dan menggunakan media sosialisasi.
 - c) Materi Tahapan Pelaksanaan Sosialisasi dan Kerja Sama yang dilakukan pada kelompok sasaran media televisi, media radio, media cetak/massa yang melakukan kegiatan iklan info Pilwako

2015. Hal ini merupakan metode dari media elektronik dan metode media massa.

- d) Materi Tahapan Pelaksanaan Sosialisasi dan Kerja Sama yang ditujukan kepada pengguna jalan melalui iklan Pilwakot 2015 dengan metode *Announcer Traffic Light* . Hal ini dilakukan supaya masyarakat luas terutama pengguna jalan mengetahui adanya Pilwakot 2015.
- e) Materi Tahapan Pelaksanaan Sosialisasi, dengan kelompok sasaran mobilitas sosial seperti car free day, acara sosialisasi, jalan sehat, senam bersama yang dilakukan dengan cara pemberian souvenir, spanduk, leaflet, sosialisasi Pilwakot 2015, buku launching Pilwakot 2015, dan sebagainya. Metode tersebut menggunakan metode bahan sosialisasi.
- f) Tahapan Pelaksanaan Sosialisasi laman, tahapan yang ditujukan kepada pengguna gadget. Hal ini bertujuan agar masyarakat mengetahui informasi Pilwakot 2015 dengan lebih mudah dan efisien. Tahapan tersebut menggunakan metode website/laman.

Selain tahapan sosialisasi di atas, KPU Kota Semarang juga melakukan kegiatan sosialisasi yang dibantu oleh DPT, PPK, PPS, dan KPPS. Adapun kegiatan yang dilakukan sebelum sosialisasi tingkatan ini kepada sasaran kelompok masyarakat umum yaitu kegiatan rekapitulasi DPS hasil perbaikan, penyampaian DPT ke PPS, pengumuman DPT ke PPS. Hal tersebut menggunakan metode koordinator wilayah.

Setelah diadakan kordinator wilayah, selanjutnya pada tingkatan PPK diadakan kegiatan sosialisasi, kirab, dan panitia koordinasi Pemilu tingkat Kecamatan yang ditujukan kepada kelompok sasaran masyarakat umum. Hal tersebut menggunakan metode tatap muka dan simulasi pemungutan suara tingkat Kecamatan.

Kemudian pada tingkatan PPS, kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi tentang perhitungan dan pemungutan suara ulang, pemilu

susunan, dan pemilu lanjutan (jika terjadi). Metode yang digunakan ialah sosialisasi dan simulasi pemungutan suara.

Yang terakhir pada tingkat KPPS, dengan satu kegiatan yakni sosialisasi perhitungan suara di 16 kecamatan dengan metode sosialisasi dan simulasi perhitungan suara dan pemungutan suara.

Dari kegiatan di atas KPU Kota Semarang secara garis besar melakukan tahapan yang dilakukan KPU sendiri sebanyak 21 kegiatan, kemudian yang dibantu PPK, PPS, dan KPPS yakni 15 kegiatan. Hal ini mengarah ke seluruh kelompok sasaran masyarakat dengan metode sosialisasi dan simulasi-simulasi yang sesuai dengan bahan KPU.

3. Setelah diadakannya rancangan strategi, pihak KPU Kota Semarang melakukan kegiatan rapat koordinasi dengan elemen-elemen pemerintah dan masyarakat agar tujuan dari strategi KPU Kota Semarang dapat menyatu dengan sukses sosialisasi nantinya.
4. Faktor penghambat juga menyertai Pilwakot Semarang 2015 sebagai permasalahan didalam sosialisasi yang dialami KPU Kota Semarang yaitu :
 - Kurangnya jumlah personel dari pihak KPU Kota Semarang yang bertugas dalam pelaksanaan sosialisasi
 - Kondisi masyarakat yang terlalu cuek dengan keadaan politik kota, sehingga masyarakat kurang ada kesadaran
 - Masyarakat Kota Semarang sebagian hanya menikmati hiburan yang diselenggarakan pihak KPU seperti di acara car free day tanpa adanya keinginan untuk lebih aktif dalam pemilihan Pilwakot
 - Banyak warga yang tidak ber-KTP kota Semarang, mengingat banyak warga yang merupakan penduduk rantau atau bukan asli warga Semarang
 - Selain itu, banyak pula warga Semarang yang tidak berdomisili di Kota Semarang, sehingga tidak bisa berpartisipasi dalam Pilwakot Semarang

5. KPU Kota Semarang melakukan seluruh proses untuk sosialisasi sesuai tahapan. Sikap tanggap yang ditunjukkan oleh masyarakat Semarang saat sosialisasi pada kegiatan yang dilakukan KPU Kota Semarang pun mendapat respon baik. Namun antusiasme dari masyarakat belum tentu, karena sebagai contoh pada saat senam bersama ada yang tidak hadir, yang mungkin kesibukan dari masyarakat.

Kemudian sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Semarang pada Pilwakot 2015 walaupun mendapatkan respon yang baik dan juga ramai dari masyarakat, namun pihak KPU Kota Semarang tidak dapat memaksa hak pilih masyarakat untuk mencoblos atau tidak. Jika mungkin sebelumnya masyarakat merespon baik dari sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Semarang, namun pada posisi ini KPU Kota Semarang hanya sebagai badan penyelenggara pemilu atau pilkada, dimana sebagai perantara antara masyarakat dan calon pemimpin begitu juga sebaliknya yakni calon pemimpin dengan masyarakat.

6. Partisipasi politik rakyat berkembang baik dari tahun sebelumnya yakni 60%. Pada tahun 2015, KPU Pusat menerapkan agar seluruh daerah pada pilkada serentak mencapai partisipasi 75%. Namun hal itu ditepis oleh KPU Kota Semarang bahwa angka 75% itu tidak realistis untuk kota di daerah. Karena pencapaian yang diturunkan oleh KPU Pusat merupakan pedoman dari Pemilihan Presiden. Maka Kota Semarang dengan angka 65,48% merupakan tingkatan partisipasi yang meningkat dari tahun sebelumnya.

7. Keberhasilan strategi sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Semarang dari penyebarluasan informasi pemilihan dan pendidikan politik rakyat selain tercermin pada meningkatnya pada partisipasi masyarakat yang antusias dengan sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Semarang dan menggunakan hak pilihnya, juga tercermin pada rendahnya tingkat golput yakni 34,52% dan suara tidak sah hanya 5,56%. Namun kembali kepada kondisi masyarakat Kota Semarang yang dimana ada yang berpartisipasi pada Pilwakot 2015 dan ada juga yang cuek dengan penyelenggaraan tersebut. Seperti halnya seperti Semarang Tengah dimana tingkat partisipasinya hanya 57,97% merupakan paling rendah diseluruh kecamatan di Semarang. Hal ini dikarenakan kondisi

penduduk di Semarang Tengah yang mayoritas bekerja di luar kota dan juga kebanyakan di Semarang Tengah adalah perkantoran, mall dan sebagainya.

8. Saat ini KPU Kota Semarang sudah mensiasati agar masyarakat lebih peduli terhadap kotanya yakni Kota Semarang untuk datang ke TPS (Tempat Pemungutan Suara). Selain itu menyadarkan bahwa politik itu penting untuk ke depan. Dengan kondisi seperti itu, inovasi dari KPU Kota Semarang akan muncul di saat pemilu mendatang. Seperti contoh pemberian transparansi dari sisi data, keuangan, serta pembuatan digitalisasi di arsip sehingga publik lebih mudah untuk membaca, itu adalah salah satu inovasi yang dilakukan KPU Kota Semarang saat ini.