



## STRATEGI KOMUNIKASI KPU KOTA BINJAI DALAM MENINGKATKAN LITERASI DAN PARTISIPASI PEMILIH PEMULA

Maghfira Pratiwi<sup>1</sup>, Abdi Sugiarto<sup>2</sup>

### AFILIASI:

<sup>1,2</sup>Fakultas Magister Manajemen,  
Universitas Pembangunan Panca Budi

### \*KORESPONDENSI:

[firaaaprtw@gmail.com](mailto:firaaaprtw@gmail.com)

### THIS ARTICLE IS AVAILABLE IN:

[https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/business\\_management/about](https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/business_management/about)

### DOI:

### CITATION:

Pratiwi, M dan Sugiarto, A (2025). Strategi Komunikasi KPU Kota Binjai Dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula. *Jurnal Business and Management*, Vol. 3. No.1, 454 - 463

### Riwayat Artikel :

#### Artikel Masuk:

Desember 2024

#### Di Review:

Februari 2025

#### Diterima:

April 2025

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh KPU Kota Binjai dalam meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dimana peneliti melakukan observasi melalui analisis media sosial instagram @kpu kotabinjai, wawancara langsung dengan KPU dan studi dokumentasi sebagai teknik analisis data. Setelah mendapatkan hasil, peneliti menganalisis data menggunakan teori strategi, teori komunikasi Harlold Laswell dan psikologi komunikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa KPU Kota Binjai telah melaksanakan strategi komunikasi publik dengan memperhatikan unsur perencanaan, implementasi dan evaluasi yang dikemas secara menarik melalui media komunikasi.

**Kata Kunci:** *Strategi Komunikasi, Komisi Pemilihan Umum; Pemilu*

### Abstract

*This study aims to analyze the public communication strategy carried out by the Binjai City KPU in increasing the literacy and participation of novice voters in the 2024 Election. The method used in this study is a descriptive qualitative approach where the researcher conducts observations through Instagram @kpu kotabinjai social media analysis, direct interviews with the KPU and documentation studies as data analysis techniques. After obtaining the results, the researcher analyzed the data using strategy theory, Harlold Laswell communication theory and communication psychology. The results of this study show that the Binjai City KPU has implemented a public communication strategy by paying attention to elements of planning, implementation and evaluation that are packaged attractively through communication media*

**Keywords:** *Communication Strategy; General Election Commission and Elections*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem demokrasi. Demokrasi memiliki substansi dasar yaitu kekuasaan dan kedaulatan tertinggi berasal dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat (Alvat, 2020). Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 1 ayat 2 yang berbunyi "Kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan oleh Undang-Undang". Dalam implementasi kedaulatan ini dilaksanakan melalui mekanisme demokrasi yang dikenal dengan pemilihan umum. Sehingga pemilihan umum adalah sarana untuk mewujudkan kedaulatan rakyat. Pada tahun 2024, Indonesia akan melaksanakan sistem pemilihan umum serentak yang akan dilaksanakan pada tanggal 14 Februari 2024. Pada pemilu ini akan diselenggarakan empat jenis pemilihan umum, yaitu pemilihan umum legislatif (memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia, anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah di tingkat provinsi dan kabupaten/kota), pemilihan Kepala Daerah di tingkat Provinsi dan Kabupaten/Kota, dan pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Tanjung, 2023).

Penyelenggaraan Pemilu di Indonesia dilakukan oleh lembaga Komisi Pemilihan Umum (KPU). KPU merupakan lembaga di Indonesia yang memiliki kewenangan dalam menyelenggarakan pemilu (Hartono, K, & Rosalia, 2023). Dalam penyelenggaraan pemilu bersifat nasional, tetap dan mandiri. Hal tersebut tertulis dalam pasal 22 e ayat (5) UUD 1945 yang berbunyi "Pemilihan umum diselenggarakan oleh suatu komisi pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri". Sebagai penyelenggara pemilu di Indonesia tentulah peran KPU bukan hanya mengadakan bilik-bilik suara disetiap daerah saja. Peran KPU juga mencakup meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu yang diselenggarakannya (Fauziah, Bimantara, Bahrenina, & Pertiwi, 2023). Partisipasi masyarakat dalam negara demokrasi menjadi hal yang paling mendasar dalam negara demokrasi, dengan tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi tentulah akan melahirkan pemimpin yang memiliki legitimasi yang kuat dari mayoritas masyarakat.

Kategori pemilih pemula merupakan kategori yang sangat menarik untuk diteliti. Pemilih pemula adalah pemilih yang baru pertama kali akan memberikan suaranya dalam pemilu (Ahmad Nurkhin, S Martono, Muhsin, Fachrurrozie, 2021). Kategori pemilih pemula adalah warga Negara yang baru pertama kali akan menggunakan hak pilihnya didalam kegiatan pemilu, mereka berasal dari Warga Negara Indonesia (WNI) yang genap berusia 17 tahun atau belum 17 tahun tetapi sudah pernah menikah, dan tertulis di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 pada pasal 348 bahwa pemilih yang berhak mengikuti pemungutan suara di TPS meliputi : pemilih kartu tanda penduduk elektronik yang terdaftar pada daftar pemilih tetap di TPS yang bersangkutan, pemilih kartu tanda penduduk yang terdaftar pada daftar pemilih tambahan, pemilih kartu tanda penduduk elektronik yang tidak terdaftar pada daftar pemilih tetap dan daftar pemilih tambahan.

Berdasarkan persyaratan tersebut, pada tahun 2024 KPU telah mengumumkan bahwa daftar pemilih tetap (DPT) pada Pemilu 2024 sebanyak 204.807.222 pemilih. Berdasarkan hasil rekapitulasi DPT, mayoritas pemilih didominasi oleh generasi Z dan Milenial. Sebanyak 66.822.389 atau setara dengan 33,60% pemilih merupakan generasi Millenial yang lahir pada antara tahun 1980 hingga 1994. Kemudian, generasi Z yang lahir antara tahun 1995-2000an sebanyak 46.800.161 pemilih atau sekitar 22,85%. Jika ditotalkan kedua generasi ini berjumlah lebih dari 113 juta atau sekitar 56,45% dari total keseluruhan pemilih. KPU Kota Binjai merupakan salah satu KPU terbaik di Sumatera Utara. KPU ini menjalankan komunikasi pelayanan publik dengan sangat baik sehingga menghasilkan banyak prestasi dan penghargaan dari berbagai pihak. Beberapa diantaranya, yaitu: Anugrah Badan Publik Terinformatif dalam Keterbukaan Informasi Badan Publik Tahun 2023 oleh Komisi Informasi Provinsi Sumatera Utara, Penghargaan Media Sosial Terkreatif Tahun 2023 oleh KPU Prov Sumut, KPU Terbaik Kedua Dalam Keaktifan Sosialisasi Penggunaan Aplikasi E-PPID Se-Sumatera Utara tahun 2022, Terbaik Ketiga Dalam Proses Penyelesaian Pemandanaan Data Tingkat Provinsi Sumut tahun

2022, dan Tercepat X dalam Kecepatan Waktu Penyampaian LPJ Bendahara Pengeluaran Bulanan Mei 2022 oleh Kantor Pelayanan Pembendaharaan Negara Sumatera Utara.

Menurut Laporan Rekapitulasi KPU Kota Binjai tentang Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu tahun 2024 di Kota Binjai ada sebanyak 215.861 orang meliputi 105.584 laki-laki dan 110.277 perempuan yang berasal dari 812 TPS dan 37 kelurahan/desa. Sedangkan daftar pemilih pemula di Kota Binjai ada sebanyak 24.958 dengan rentan usia 17-21 tahun. Pada tahun politik posisi pemilih pemula sangat rawan dimanfaatkan demi kepentingan politik (Heryanto, 2019). Pemilih kategori ini sering dijadikan sebagai alat untuk pendorong popularitas dan elektabilitas pada ajang kontestasi pemilu. Pemilih pemula memiliki beberapa ciri umum, seperti: berusia antara 17-21 tahun, tingkat literasi dan melek politik yang relatif rendah, orientasi dan preferensi politik yang minim dan sangat dipengaruhi oleh orang-orang yang menjadi kelompok rujukan pengetahuan, sikap dan perilaku seperti guru dan orang tua, sebagian besar dapat dipengaruhi oleh peer group (kelompok sebaya, kelompok sepermainan), dan perilaku sebagai pemilih yang cenderung emosional (Sutisna, 2017).

Selain itu, kategori pemilih ini sering mengalami kendala, beberapa diantaranya yaitu kurangnya kesadaran politik, keterbatasan pendidikan politik, stereotipe negatif tentang politik, tingginya mobilitas, tidak memiliki identifikasi elektronik, minimnya representasi pemuda dalam politik, dan sifatnya yang moody yang menyebabkan fluktuasi pada apatisme dan antusiasme politik.

Komisi Pemilihan umum yang merupakan penyelenggara pemilu harus melakukan berbagai upaya agar literasi dan partisipasi pemilih pemula meningkat. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan penyusunan strategi komunikasi publik. Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara (komunikator) dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu dengan maksud dan tujuan tertentu (Yasir, 2020). Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul "Strategi Komunikasi Publik Komisi Pemilihan Umum Kota Binjai Dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024".

## KAJIAN PUSTAKA

Strategi dikenalkan pada bangsa Yunani, dengan tujuan mencapai kemenangan dalam kebutuhan perang. Strategi dirancang untuk memberikan data dan informasi rinci tentang musuh dan digunakan untuk mengalahkan musuh selama perang. Inti daripada strategi adalah menggunakan sumber daya yang ada secara efektif untuk memenangkan pertempuran. Strategi pada dasarnya adalah untuk mencapai kemenangan pertempuran, dengan keadaan tepat waktu dan tepat sasaran, serta bisa mengoptimalkan sumber daya yang ada. Strategi pada umumnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi bukan berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan untuk menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti dari strategi adalah ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang, dalam kondisi yang menguntungkan, sebagai komandan harus menguasai strategi dalam medan perang; rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran tujuan.

Secara etimologis, komunikasi berasal dari kata latin communis yang artinya umum. Komunikasi merupakan proses yang menciptakan kesamaan antara komunikator dan komunikan. Kemudian, masuk kedalam kesepakatan dan mencapai tujuan bersama, yaitu: berbagi perasaan, ide atau pengalaman. Komunikasi adalah aktivitas manusia untuk memahami pesan antara komunikator dan komunikan yang hasilnya berupa feedback atau hasil dari sebuah komunikasi yang disebut efek komunikasi. Kegiatan komunikasi tidak hanya sekedar pemberian informasi, melainkan merupakan kegiatan persuasif. Artinya, suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara membujuk, mengajak, menyuruh seseorang melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang disampaikan.

Strategi Komunikasi adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan untuk tujuan komunikasi yang disusun sebagai target perubahan. Kennedy dan Soemanagara mengatakan bahwa strategi komunikasi ada tiga tujuan perubahan, yaitu: perubahan kesadaran, perhatian dan loyalitas. Menurut Jones, strategi komunikasi adalah proses komunikasi aktif yang melibatkan massa, berorientasi pada sumber yang bertujuan untuk mencapai atau menginformasikan massa pesan yang paling relevan. Tujuan dari strategi komunikasi adalah untuk membujuk opini publik dan membentuk dan perilaku masyarakat. Menurut Effendy, sebagai seorang ahli perencanaan komunikasi, mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang di buat atau dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Dalam buku "Dinamika Komunikasi", Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa strategi komunikasi harus didukung oleh teori. Teori yang relevan dengan strategi komunikasi adalah teori yang dikemukakan oleh Harold Laswell. yaitu *"who says what in which channel to whom with what effect?"*. Siapa yang mengatakan, saluran atau media apa yang digunakan, kepada siapa dan efeknya apa.

Strategi komunikasi pada dasarnya adalah keseluruhan rencana atau manajemen yang digunakan untuk memperlancar komunikasi sehingga tercapai suatu tujuan. Merencanakan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Pengisian lembaga perwakilan dalam praktek ketatanegaraan lazimnya dilaksanakan melalui Pemilihan Umum. Pasca perubahan amandemen UUD 1945, semua anggota lembaga perwakilan dan bahkan presiden serta Kepala Daerah dipilih dengan mekanisme Pemilihan Umum. Pemilihan umum menjadi agenda yang diselenggarakan secara berkala di Indonesia. Ibnu Tricahyo (2009:6), mendefinisikan Pemilihan Umum sebagai berikut: "Secara universal Pemilihan Umum adalah instrumen mewujudkan kedaulatan rakyat yang bermaksud membentuk pemerintahan yang absah serta sarana mengartikulasikan aspirasi dan kepentingan rakyat".

Soedarsono (2005:1) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan pemilihan umum adalah syarat minimal bagi adanya demokrasi dan diselenggarakan dengan tujuan memilih wakil rakyat, wakil daerah, presiden untuk membentuk pemerintahan demokratis".

Penjelasan di atas menyebutkan bahwa pemilihan umum merupakan syarat minimal adanya demokrasi yang bertujuan memilih wakil-wakil rakyat, wakil daerah, presiden untuk membentuk pemerintahan demokratis. Kedaulatan rakyat dijalankan oleh wakil-wakil rakyat yang duduk di dalam lembaga perwakilan. Kedaulatan rakyat atas penyelenggaraan pemerintahan dijalankan oleh presiden dan Kepala Daerah yang juga dipilih secara langsung. Anggota legislatif maupun Presiden dan Kepala Daerah karena telah dipilih secara langsung, maka semuanya merupakan wakil-wakil rakyat yang menjalankan fungsi kekuasaan masing-masing. Kedudukan dan fungsi wakil rakyat dalam siklus ketatanegaraan yang begitu penting dan agar wakil-wakil rakyat benar-benar bertindak atas nama rakyat, maka wakil rakyat tersebut harus ditentukan sendiri oleh rakyat, yaitu melalui pemilihan umum.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dirancang untuk menemukan strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih menyosong Pemilu 2024 di Kota Binjai. Maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif. Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Sugiyono dalam (Gerrytri, 2013) mengungkapkan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang dinilai mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu sehingga penting untuk ditetapkan oleh peneliti dalam mempelajari kemudian dan menyimpulkannya. Populasi dalam penulisan digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penulisan (Noor, 2011, hal.147).

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti (Riduwan, 2007:56). Jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel

Strategi Komunikasi KPU Kota Binjai Dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula random (random sample), random sampling adalah metode penarikan dari sebuah populasi atau semesta dengan cara tertentu sehingga setiap anggota populasi atau semesta tadi memiliki peluang yang sama untuk terpilih atau terambil (Kerlinger, 2006:188). Kriteria penentuan sampel dalam penulisan ini mencakup anak – anak yang berusia 17-21 tahun. Untuk memenuhi standar error sampel, maka digunakan rumus Slovin (Noor, 2011, hal. 148). Sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan data yang diperoleh dari data Laporan Rekapitulasi KPU Kota Binjai tentang Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu tahun 2024 di Kota Binjai adalah 100 orang.

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif, yaitu menganalisa data dengan cara menjelaskan dalam bentuk kalimat logis. Seperti yang dikemukakan oleh Hadari Nawawi dan Hartini Hadari (1992: 47) bahwa data kualitatif merupakan data yang menunjukkan kualitas atau mutu dari sesuatu yang ada, berupa keadaan, proses, kejadian dan lain-lain yang dinyatakan dalam bentuk perkataan. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan bersamaan dengan jalannya penelitian

## HASIL

Dalam setiap perencanaan tugas atau kegiatan baik formal maupun informal tentu membutuhkan strategi komunikasi yang efektif agar pelaksanaannya dapat berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya. Strategi komunikasi merupakan perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang (Effendy, 2011). Komisi Pemilihan Umum merupakan badan yang bertanggungjawab dalam penyelenggaraan pemilu. Sebagai badan yang bertanggungjawab, KPU harus dapat memastikan bahwa pelaksanaan pemilu diikuti oleh seluruh kalangan termasuk pemilih pemula yang belum pernah mengikuti segala jenis pemilihan umum sebelumnya. Dalam rangka meningkatkan partisipasi para pemilih pemula, KPU Kota Binjai telah melaksanakan strategi komunikasi yang efektif dimana KPU melaksanakan 3 tahapan strategi, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi atau penerapan dan evaluasi strategi. Dalam perencanaan strategi KPU Kota Binjai melakukan riset dengan cara mengklasifikasi target berdasarkan usia, jenis kelamin dan kegemaran. Kemudian setelah data didapatkan KPU melakukan perencanaan strategi yang matang dan menarik perhatian target.

Beberapa strategi yang direncanakan oleh KPU Kota Binjai untuk meningkatkan literasi pemilih pemula adalah dengan mengadakan sosialisasi, pembuatan majalah persemester, pembuatan konten, kuis hadiah dan nonton film “Kejarlah Janji”. Kegiatan perencanaan tersebut telah dilaksanakan dengan baik oleh KPU dan hal ini terbukti dengan berbagai postingan feed tentang pelaksanaan kegiatan melalui akun instagram. Selanjutnya setelah acara selesai diadakan, biasanya KPU Kota Binjai akan melakukan evaluasi melalui rapat mingguan untuk mengevaluasi kegiatan dan merencanakan kegiatan strategi komunikasi baru kepada target baru pula.

Setelah menganalisis strategi komunikasi melalui tiga tahapan, peneliti akan mengelaborasi analisis wawancara dengan penerapan teori strategi komunikasi Harold D. Lasswell, yaitu :

- a. Komunikator, Komunikasi tidak hanya berjalan secara verbal tetapi juga praktik pembuatan komunikasi. Terwujudnya komunikasi yang efektif terdapat tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator (Harold D. Lasswell) yaitu daya tarik, kredibilitas dan kekuatan. Maka untuk mewujudkan tercapainya komunikasi yang efektif KPU Kota Binjai sangat memperhatikan peranan komunikatornya. Sebagai contoh lokusnya di KPU Kota Binjai, dalam melakukan sosialisasi terkait pemilu biasanya yang menjadi pemberi materi adalah beberapa anggota tim pembina KPU Kota Binjai yang terdiri dari : Bapak Zulfan Effendi, ST (Ketua KPU Kota Binjai), Bapak Arifin Saleh, SH, MH (Anggota KPU Binjai Divisi Hukum dan Pengawasan), dan Bapak Robby Effendi, A.Md (Anggota KPU Kota Binjai Divisi Sosialisasi Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM). Ketiga komunikator merupakan ahli dalam bidangnya masing-masing sehingga tidak perlu diragukan lagi kredibilitas dan

### Pratiwi. M dan Sugiarto.A (2025)

Strategi Komunikasi KPU Kota Binjai Dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula.

pengalamannya dalam mengatasi dan mengkomunikasikan pesan KPU. Ketiga anggota tim pembina ini secara bergantian menjadi komunikator yang menyampaikan pesan KPU kepada khalayak dan pemilihan komunikator disesuaikan dengan tema/materi dan target *audience* yang menjadi komunikan atau peserta kegiatan sosialisasi.

- b. Pesan yang dirumuskan KPU Kota Binjai dalam meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula menggunakan pesan persuasif dengan memberikan pengandaian atau ilustrasi terkait tata cara pemilihan umum dan efek salah memilih wakil rakyat. Pada strategi komunikasi langsung melalui sosialisasi, KPU Kota Binjai mengemas pesan dalam bentuk powerpoint dan film “Kejarlah Janji” untuk mempersuasi mahasiswa/i atau pelajar di Kota Binjai terkait pentingnya pemilu. Kemudian, pada strategi komunikasi publik tidak langsung menggunakan media, khususnya media sosial instagram @kpu kotabinjai mengemas pesan dalam bentuk infografis berisi foto yang didesain menggunakan templat merah dengan dibubuhi tanggal dan nama kegiatan, penggunaan caption yang menarik dan juga hastag #KPUMelayani #KPUKotaBinjai #PemiluSerentak2024.
- c. Media, dalam memilih media komunikasi, seorang komunikator dalam hal ini KPU Kota Binjai harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan pesan yang ingin disampaikan dan jenis media yang dimiliki oleh komunikan. Berdasarkan informasi yang didapat melalui hasil observasi dan wawancara, peneliti menemukan bahwa media komunikasi yang digunakan KPU Kota Binjai dalam menjalankan strategi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula adalah buletin, film, website dan media sosial. Sebagai contoh :
  - a) Buletin : Buletin Kota Binjai ;
  - b) Film : Kejarlah Janji
  - c) Website : <https://kota-binjai.kpu.go.id/>
  - d) Media sosial : Instagram @kpu kotabinjai ; Tiktok @kpu kotabinjai ; Youtube KPU Kota Binjai.
- d. Komunikan, sesuai dengan judul dan objek penelitian ini yang menjadi komunikan adalah pemilih pemula dengan rentang usia 17-21 tahun. Sebelum berkomunikasi dengan komunikan, tim KPU Kota Binjai akan menyesuaikan pesan sesuai dengan karakteristik, latar belakang pendidikan dan hobby komunikan. Dalam melakukan komunikasi juga, komunikator KPU Kota Binjai harus menciptakan pesan yang mampu menciptakan kreativitas, idealisme dan kebermanfaatan agar komunikan yang berasal dari generasi z atau pemilih pemula tertarik dengan pesan yang disampaikan.

## PEMBAHASAN

Pimpinan dapat melakukan analisis SWOT, dimana analisis SWOT dapat membantu seorang pimpinan dalam pengambilan keputusan. Dengan melakukan analisis SWOT, pimpinan dapat mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada perusahaannya, sehingga pimpinan dapat membuat strategi yang tepat untuk perusahaan yang dijalankannya dan pimpinan dapat membuat strategi yang baik dalam mewujudkan tujuan dari perusahaan tersebut. Perlu diingat bahwa hal menarik dari SWOT bukan hanya bagi top manajemen pada sebuah organisasi, namun juga menarik bagi pribadi atau individu terutama untuk melihat potensi diri seseorang serta prospek yang akan diraih dalam pekerjaannya. Melakukan analisis SWOT pada diri sendiri berarti sama halnya kita menganalisis diri sendiri secara komprehensif yang itu artinya kita ingin mengenal diri dan potensi yang dimiliki sehingga kita dapat menyusun rencana strategis dan menggaransi bahwa rencana itu dilaksanakan secara efektif hingga kita puas dalam meraihnya.

Dalam konteks inilah kita bisa kaitkan dengan pemilu terutama para calon anggota legislatif yang akan berkompetisi, pertarungan perlu strategi, perlu analisis untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan baik yang ada pada diri sendiri maupun yang ada dipihak lawan. Tentu kita tidak ingin bertarung karena modal nekad dan semangat saja apalagi para kompetitor yang lain memiliki tujuan yang sama yaitu menjadi pemenang, karenanya menjadi sangat penting tentang

Strategi Komunikasi KPU Kota Binjai Dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula strategi untuk menang dan SWOT salah satu model analisisnya dalam menyusun strategi itu. Fahmi (2015:252) SWOT adalah singkatan dari strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif. Rangkuti (2004) SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses).

Tabel 3.1. Matriks SWOT

EFAS \ IFAS	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
Peluang ( <i>Opportunity</i> )	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman ( <i>Weakness</i> )	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2004

Menurut Kotler dan Keller (2012:51) "Analisis SWOT merupakan keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal". SWOT merupakan singkatan dari strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman) merupakan bagian dari lingkungan internal dan eksternal yang dihadapi dunia bisnis, dimana SWOT ini digunakan untuk membandingkan antara faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan untuk dapat membuat suatu strategi dalam perusahaan. Tetapi analisis SWOT mengalami perkembangan yang begitu luas yang sebelumnya hanya berorientasi dalam dunia usaha atau bisnis, kini berkembang dalam dunia pemerintahan bahkan hampir semua organisasi-organisasi yang berpikiran moderen selalu menggunakan metode analisis perencanaan ini termasuk pada individu atau pribadi-pribadi.

- Ad 1. Strengths (kekuatan) merupakan kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat digunakan sebagai suatu kekuatan dalam mempertahankan perusahaannya.
- Ad 2. Weaknesses (kelemahan) merupakan situasi yang menjadi kendala dalam pengembangan usaha, maka pimpinan harus dapat mengatasi kelemahan yang mengakibatkan kerugian pada usaha yang di jalankan dengan menggunakan kekuatan yang ada.
- Ad 3. Opportunities (peluang) merupakan suatu strategi yang dijadikan sebagai kekuatan dalam menghadapi ancaman yang ada. Dengan adanya peluang, pimpinan harus dapat membaca peluang tersebut sehingga akan lebih mudah bagi pimpinan untuk meningkatkan kekuatan perusahaannya.
- Ad 4. Threats (ancaman) merupakan suatu situasi yang merugikan bagi usaha apabila ancaman tidak di atasi oleh pimpinan. Oleh karena itu, pimpinan harus dapat mengetahui ancaman yang ada agar dapat menyusun strategi yang tepat dalam melawan ancaman tersebut. Apabila pimpinan tidak dapat mengatasi ancaman, hendaknya pimpinan dapat mengantisipasi ancaman yang ada.

### Pratiwi. M dan Sugiarto.A (2025)

Strategi Komunikasi KPU Kota Binjai Dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula.

Dengan melakukan analisis SWOT diharapkan pimpinan dapat menyusun serta mengambil keputusan atau kebijakan yang tepat untuk usahanya demi mencapai tujuan perusahaan. Berbagai kalangan baik akademisi, birokrat hingga praktisi dan politisi meyakini bahwa jika analisis dengan mempergunakan perspektif SWOT dimana memiliki banyak keunggulan salah satunya kita dapat memberikan peta kondisi terhadap keadaan yang terjadi berdasarkan realita yang ada, serta lebih jauh mampu memberikan penugasan terhadap keputusan yang akan dilakukan dimasa yang akan datang sebab jangkauan prediksinya mampu melihat kondisi yang akan terjadi meskipun tidak menjadi kebenaran mutlak tetapi paling tidak dapat memberi informasi awal secara logis tentang kondisi didepan.

Oleh karena itu jika kita tarik dalam konteks strategi komunikasi KPU Kota Binjai dalam meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula pada pemilu 2024 ini akan ada beberapa analisis SWOT, yaitu :

1. *Strengths* (kekuatan), dalam menganalisis strategi komunikasi KPU Kota Binjai dalam meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula 2024, KPU Kota Binjai telah melakukan tiga tahapan strategi yaitu perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi yang penulis sudah paparkan sebelumnya. Adapun dampak yang telah dirasakan dan dapat menjadi kekuatan akibat strategi komunikasi publik KPU Kota Binjai dalam meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024 yaitu :
  - a) Efek kognitif, merupakan akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam hal ini komunikan yang merupakan mahasiswa dan pelajar kota Binjai yang sekaligus pemilih pemula mendapatkan informasi berupa pengetahuan baru terkait pemilu, demokrasi dan KPU.
  - b) Efek Afektif, merupakan efek yang berhubungan dengan emosi dan perasaan. Setelah mendapatkan kegiatan komunikasi KPU melalui sosialisasi, menonton film maka pemilih pemula merasa bersemangat untuk belajar dan meningkatkan literasi terkait pemilu terutama tentang latar belakang calon pemimpin daerah dan calon legislatif.
  - c) Efek Behavioral, berhubungan dengan perilaku untuk melakukan sesuatu dengan cara tertentu. Pemilih pemula setelah mendapatkan sosialisasi, menonton film dan melihat sosial media KPU Kota Binjai merasa harus ikut andil dalam berpartisipasi pada pemilu Kota Binjai dengan cara ikut dalam pemilihan suara yang dilakukan di TPS dan ada juga yang mengikuti menjadi badan Adhoc.
2. *Weaknesses* (kelemahan), dalam menjalankan strategi komunikasi publik KPU Kota Binjai merasakan adanya hambatan psikologi. Hambatan ini disebabkan karena adanya gangguan psikologi yang ada didalam diri komunikator atau komunikan ketika proses komunikasi berlangsung, seperti prasangka buruk tentang suatu ide, emosi yang ekstrim dan melamun. Adapun hambatan psikologi yang dialami KPU Kota Binjai dalam menjalankan strategi komunikasi, yaitu peserta atau komunikan sosialisasi tidak antusias dalam memberikan feedback dan terkadang mahasiswa atau pelajar cenderung idealis, merasa KPU tidak benar sehingga terkesan sombong.
3. *Opportunities* (peluang), peluang dari pemilih pemula dalam strategi komunikasi publik KPU Kota Binjai adalah pemilih pemula dengan keterlibatan aktif dalam pemilu 2024 memiliki pemikiran yang kritis dan menjadi modal dalam pengetahuan tentang politik untuk masa depan.
4. *Threats* (Ancaman), pemilih pemula banyak yang tidak tahu atau kurangnya pengetahuan dalam berpolitik berakibatkan ancamannya adalah banyak pemilih pemula yang golput (golongan putih) atau abstain (tidak memilih siapapun) didalam pemilu. Terutama pada generasi z dimana sudah memiliki media sosial dan banyak sekali unsur-unsur yang mengandung berita hoax, sementara banyak pemilih pemula juga yang belum bisa berpikir kritis terhadap berita hoax tersebut yang dapat menyebabkan perpecahan pada saat pemilihan.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang diimplementasikan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Binjai dalam upaya meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024 menunjukkan hasil yang signifikan. Melalui pendekatan penelitian kualitatif, hasil analisis mengindikasikan bahwa KPU telah melaksanakan serangkaian tahapan strategis yang mencakup perumusan, implementasi, dan evaluasi, dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial dan kegiatan sosialisasi yang terstruktur. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dirancang secara sistematis dan berbasis pada analisis kebutuhan khalayak berhasil meningkatkan pemahaman pemilih pemula mengenai proses pemilihan umum dan prinsip-prinsip demokrasi. Selain itu, strategi tersebut juga berkontribusi pada peningkatan partisipasi aktif pemilih pemula dalam proses pemilu. Analisis SWOT yang dilakukan dalam konteks penelitian ini mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh KPU dalam upayanya untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula. Kekuatan KPU terletak pada kredibilitas komunikator dan keberagaman media yang digunakan, sedangkan kelemahan yang dihadapi mencakup hambatan psikologis yang dialami oleh komunikan. Peluang yang ada, seperti keterlibatan aktif generasi muda, harus dimanfaatkan untuk mengatasi ancaman yang muncul, termasuk minimnya pengetahuan politik di kalangan pemilih pemula.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi komunikasi publik yang efektif merupakan elemen krusial dalam memastikan partisipasi pemilih pemula yang optimal dalam pemilu, serta dalam membangun fondasi demokrasi yang lebih kuat dan berkelanjutan di Indonesia. Penelitian ini juga merekomendasikan perlunya pengembangan lebih lanjut dalam strategi komunikasi yang adaptif dan responsif terhadap dinamika sosial dan politik yang berkembang, guna meningkatkan kualitas partisipasi pemilih di masa mendatang.

## SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, beberapa saran dapat diberikan dalam rangka mengoptimalkan strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024. Pengembangan Program Edukasi dan Pemberdayaan: KPU Kota Binjai diharapkan dapat mengembangkan program-program pendidikan dan pemberdayaan yang terintegrasi, yang mencakup berbagai aspek dari pemahaman pemilu, hak pemilih, serta partisipasi politik. Hal ini dapat dicapai dengan melibatkan berbagai pihak, seperti lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, serta para ahli di bidangnya.

Optimasi Penggunaan Media Sosial dan Teknologi Informasi: KPU Kota Binjai disarankan untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dan teknologi informasi dalam melakukan strategi komunikasi. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan konten-konten multimedia yang menarik dan mudah dipahami, serta menggunakan algoritme dan teknologi pemasaran digital untuk mencapai target audience yang lebih efektif. Kerjasama dengan Pemangku Kepentingan: KPU Kota Binjai diharapkan dapat meningkatkan kerjasama dengan pemangku kepentingan, seperti organisasi masyarakat, para ilmuwan, serta pemangku kepentingan politik. Hal ini dapat membantu mencapai kekuatan dan legitimasi yang lebih besar dalam melakukan strategi komunikasi, serta memperluas jangkauan dan mengambil kira berbagai perspektif.

Evaluasi dan Pengembangan Strategi Komunikasi: KPU Kota Binjai disarankan untuk melakukan evaluasi dan pengembangan terus menerus terhadap strategi komunikasi yang telah diterapkan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan data dan umpan balik dari berbagai sumber, seperti sosialisasi, survei, serta pengamatan langsung. Selain itu, pengembangan strategi

### **Pratiwi. M dan Sugiarto.A (2025)**

Strategi Komunikasi KPU Kota Binjai Dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula. komunikasi juga dapat dilakukan dengan mengambil kira perkembangan teknologi, serta pergeseran tren dan preferensi masyarakat.

Peningkatan Keterbukaan dan Transparansi: KPU Kota Binjai diharapkan dapat meningkatkan keterbukaan dan transparansi dalam melakukan strategi komunikasi. Hal ini dapat dicapai dengan mengadakan diskusi terbuka, serta mengambil tindakan yang membuktikan komitmen KPU dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, peningkatan keterbukaan dan transparansi juga dapat membantu memaksimalkan partisipasi masyarakat dalam pemilu, serta memanfaatkan potensi yang tersedia dalam masyarakat untuk mendukung proses pemilu yang lebih baik dan demokratis. Dengan menerapkan saran-saran di atas, KPU Kota Binjai dapat lebih efektif dalam melakukan strategi komunikasi, serta mendukung pemilu yang lebih demokratis, adil, dan transparan.

### **REFERENCE**

- Rangkuti, F. (2004), Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Kotler P. dan Keller K. Lane (2012), Manajemen Pemasaran, Jakarta : Erlangga
- Fahmi Irham (2015), Analisis Laporan Keuangan, Bandung, Alfabeta
- Jim Hoy Yam. Manajemen Strategi Konsep & Implementasi. (Penerbit: Nas Media Pustaka), 2020. 16-22
- Ismawati Doembana, Abdul Rahmat, & Muhammad Farhan. "Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran. (Yogyakarta: ZAHIR Publishing 2017). 20-23.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.kata.web.id/strategi/> diakses pada tanggal 1 oktober 2022
- Lahyanto Nadie, Media Massa dan Pasar Modal Strategi Komunikasi bagi Perusahaan Go Public. (Jakarta: Media Center 2018) hlm 17-18.