

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Pelayanan Publik

2.1.1 Pengertian Komunikasi Pelayanan Publik

Komunikasi pelayanan publik merupakan salah satu aspek penting dalam upaya pemerintah untuk memberikan pelayanan yang efektif dan efisien kepada masyarakat. Saat ini, komunikasi pelayanan publik sangat penting dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik untuk memperlancar jalannya pemerintahan dan melayani masyarakat secara optimal. Dengan adanya komunikasi yang optimal dan efektif, masyarakat dapat memperoleh informasi yang benar dan akurat sehingga pelayanan publik dapat berjalan dengan baik.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti menjadikan sama (*to make common*) (Mulyana, 2014). Jadi, apabila dua orang terlibat dalam komunikasi, maka komunikasi tersebut dapat dikatakan berhasil apabila terdapat kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan. Kesamaan bahasa yang digunakan belum tentu menghasilkan kesamaan makna. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk menginformasikan atau mengubah sikap, pendapat orang lain untuk menginformasikan atau mengubah sikap, pendapat atau tingkah laku, baik secara langsung (lisan) maupun tidak langsung (melalui media) proses penyampaian bentuk interaksi gagasan kepada orang lain dan proses penciptaan makna atas gagasan atau ide yang disampaikan, baik secara sengaja maupun tidak sengaja.

Menurut seorang pakar propaganda, komunikasi adalah sebuah proses yang dapat dijelaskan dengan menjawab beberapa pertanyaan kunci seperti siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan efek apa? (Lasswell, 1948). Definisi ini menyoroti elemen-elemen utama yang terlibat dalam proses komunikasi. Jadi, Laswell menyimpulkan bahwa komunikasi dapat dipahami sebagai suatu proses yang terdiri dari lima unsur utama, yaitu pengirim, pesan, saluran, penerima, dan akibat. Masing-masing unsur tersebut berperan penting dalam memastikan pesan dapat terkirim, diterima, dan menghasilkan dampak yang diinginkan. Dengan memahami dan menganalisis masing-masing unsur tersebut, kita dapat lebih efektif dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi proses komunikasi. Selain itu, menurut (Schramm, 1954) , komunikasi digambarkan sebagai proses berbagi informasi antara dua orang atau lebih individu atau kelompok, di mana masing-masing pihak dapat

berperan sebagai pengirim dan penerima. Di mana komunikasi merupakan suatu proses dua arah yang melibatkan pengiriman dan penerimaan pesan antara individu atau kelompok. Dalam proses ini, pengirim mengodekan pesan, menyampaikannya melalui saluran tertentu, dan penerima menguraikan pesan tersebut. Komunikasi yang efektif terjadi ketika ada cukup tumpang tindih dalam pengalaman dan pemahaman antara pengirim dan penerima, dan keberhasilan proses ini sering ditandai dengan adanya umpan balik.

Berdasarkan penjelasan di atas, komunikasi dapat dipahami sebagai proses sosial di mana terjadi pertukaran informasi dan makna dengan tujuan mencapai pemahaman dan pengertian bersama di antara individu-individu yang berinteraksi dalam konteks tertentu. Selain itu, kita juga menyadari bahwa komunikasi merupakan proses yang dinamis, melibatkan tidak hanya penyampaian pesan tetapi juga interaksi aktif dan umpan balik, untuk memastikan pesan tersebut efektif dan bermakna bagi semua pihak yang terlibat.

Selain itu, pemahaman mendalam tentang komunikasi sangat penting dalam konteks layanan publik, di mana pertukaran informasi yang efektif dan interaksi aktif antara penyedia layanan dan publik merupakan kunci untuk mencapai layanan berkualitas yang responsif terhadap kebutuhan publik.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, secara etimologi pelayanan diartikan sebagai “usaha melayani orang lain”. Pelayanan adalah pemberian hak-hak dasar kepada warga negara atau masyarakat sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya yang diatur dengan undang-undang. Pelayanan berarti melayani orang yang dilayani. Ketika melayani, sesungguhnya kita memberikan pelayanan atau pengabdian dengan profesionalisme dan proporsi yang tepat. Pelayanan meliputi bentuk dan cara yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari hakikat pelayanan itu sendiri. Melayani berarti memberikan pelayanan dengan tulus ikhlas kepada yang dilayani, guna memenuhi kebutuhan dan kepentingannya serta memberikan kepuasan dan manfaat (Hayat, 2017).

Menurut (Moenir, 2008), Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui kegiatan orang lain secara langsung. Pelayanan yang diberikan harus mencapai tujuan agar memperoleh kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan. Sedangkan menurut (Suparlan, 2000) Pelayanan merupakan suatu upaya pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi, agar orang tersebut dapat mengatasi permasalahannya sendiri. Dan menurut (Goetsch, 2014) mengartikan pelayanan sebagai proses pemberian

bantuan, bimbingan, dan kepuasan kepada pelanggan agar merasa dihargai dan kebutuhannya terpenuhi.

Di sisi lain, kata "public" berasal dari bahasa Inggris yang sering digunakan untuk menggambarkan masyarakat umum, banyak orang, atau hal-hal yang bersifat umum atau terbuka untuk semua. Menurut (Laskin, 2009), publik mencakup semua individu atau kelompok yang memiliki potensi untuk mempengaruhi atau dipengaruhi oleh organisasi atau isu yang sedang dibahas. Selain itu, menurut (Blumer, 1969), publik adalah sekelompok orang yang dihadapkan pada suatu permasalahan dengan berbagai pendapat mengenai cara penyelesaiannya, serta aktif terlibat dalam diskusi mengenai masalah tersebut.

Dengan demikian, pelayanan publik merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh birokrasi publik untuk memenuhi kebutuhan warga negara. Aktivitas ini melibatkan penyediaan layanan seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan keamanan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pelayanan publik harus dilaksanakan dengan cara yang efisien, efektif, dan transparan untuk memastikan kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat (Choiriyah, 2021). Menurut (Taufiq, 2022), pelayanan publik adalah kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Ini mencakup penyediaan barang, jasa, dan pelayanan administratif oleh instansi pemerintah. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui layanan yang efisien, efektif, dan sesuai dengan hukum. Di Indonesia, peraturan mengenai pelayanan publik tercantum dalam UU No. 25 Tahun 2009 yang menjelaskan bahwa pelayanan publik merupakan landasan hukum bagi penyelenggaraan pelayanan publik di Indonesia. Undang-undang ini mengatur berbagai aspek pelayanan publik, mulai dari hak dan kewajiban masyarakat, standar pelayanan, hingga mekanisme pengawasan.

Dari penjelasan mengenai komunikasi dan pelayanan publik diatas, dapat disimpulkan bahwa kedua konsep ini saling berhubungan erat dan memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Komunikasi yang efektif adalah kunci utama dalam penyelenggaraan pelayanan publik, karena komunikasi yang baik akan memastikan bahwa informasi, aspirasi, dan kebutuhan masyarakat dapat tersampaikan dengan jelas kepada pihak penyelenggara pelayanan. Pelayanan publik yang baik tidak hanya mencakup penyediaan layanan seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan keamanan, tetapi juga harus dilakukan dengan cara yang efisien, efektif, dan transparan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Melalui komunikasi yang transparan dan partisipatif,

masyarakat dapat terlibat aktif dalam proses pengambilan keputusan dan pengawasan pelayanan publik, sehingga dapat tercipta pelayanan yang lebih responsif dan akuntabel.

Dengan demikian, integrasi antara prinsip-prinsip komunikasi yang efektif dan praktik pelayanan publik yang berkualitas adalah langkah penting untuk mencapai tujuan utama dari pelayanan publik, yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memenuhi kebutuhan serta harapan mereka secara optimal.

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi Pelayanan Publik

Komunikasi pelayanan publik didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari seorang komunikator, seperti pemerintah atau lembaga publik, kepada masyarakat luas dengan tujuan memengaruhi sikap, perilaku, atau pengetahuan mereka. Dalam praktiknya, terwujudnya komunikasi pelayanan publik yang efektif melibatkan minimal lima unsur utama, yaitu:

1. Komunikator

Komunikator dalam konteks pelayanan publik dapat berupa instansi pemerintah, lembaga publik, atau pejabat pemerintah yang bertugas menyampaikan informasi kepada publik. Mereka bertanggung jawab memastikan pesan yang disampaikan jelas, akurat, dan relevan dengan kebutuhan publik. Contoh komunikator antara lain kementerian, lembaga terkait, badan pemerintah, dan lain-lain.

2. Pesan

Pesan merupakan inti dari komunikasi dan dapat berupa informasi, instruksi, peringatan, atau edukasi yang ingin disampaikan kepada publik. Pesan harus dirancang sedemikian rupa sehingga mudah dipahami oleh penerimanya. Contoh pesan dalam layanan publik meliputi pengumuman kebijakan baru, informasi tentang layanan kesehatan, pedoman pencegahan bencana, dan lain-lain.

3. Media

Saluran atau media merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerimanya. Pemilihan media harus disesuaikan dengan karakteristik khalayak sasaran agar pesan dapat diterima secara efektif. Contoh saluran/media dalam komunikasi publik antara lain media massa (televisi, radio, surat kabar), media sosial, situs web resmi, papan pengumuman, brosur, dan pertemuan langsung.

4. Komunikan

Penerima atau audiens adalah masyarakat luas yang menjadi sasaran komunikasi. Karakteristik penerima, seperti usia, tingkat pendidikan, lokasi geografis, dan akses terhadap teknologi, harus diperhatikan dalam merancang pesan dan memilih media komunikasi. Tujuannya adalah agar pesan dapat diterima, dipahami, dan ditanggapi dengan baik oleh audiens.

5. Efek

Efek merupakan tanggapan atau respon dari penerima pesan terhadap pesan yang disampaikan. Efek dapat berupa pertanyaan, komentar, kritik, atau tindakan nyata yang menunjukkan bahwa pesan telah dipahami dan diikuti. Efek sangat penting untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi dan melakukan perbaikan jika diperlukan. Misalnya, setelah kampanye kesehatan, pemerintah dapat mengevaluasi efek umpan balik publik melalui survei atau forum diskusi untuk melihat apakah informasi yang disampaikan tepat sasaran. (Hardiyansyah, 2015)

Dengan memahami setiap unsur komunikasi ini mulai dari komunikator, pesan, media, komunikan, dan umpan balik, kita dapat meningkatkan efektivitas proses komunikasi. Misalnya, dengan memilih media yang tepat sasaran dan menyusun pesan yang mudah dipahami, kita dapat memastikan informasi tersampaikan dengan optimal kepada audiens. Hal ini memastikan bahwa informasi yang akan disampaikan tidak hanya diterima dengan baik, tetapi juga dipahami dengan benar dan mampu menghasilkan respons yang diharapkan dari audiens yang menerima. Melalui penguasaan elemen-elemen ini, kita dapat membangun komunikasi yang lebih transparan, akuntabel, dan partisipatif.

2.1.3 Prinsip Komunikasi Pelayanan Publik

Komunikasi pelayanan publik merupakan salah satu aspek krusial dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh instansi pemerintah kepada masyarakat. Keberhasilan komunikasi ini sangat bergantung pada penerapan prinsip-prinsip yang mendasarinya. Beberapa prinsip tersebut antara lain:

1. Keterbukaan

Transparansi berarti bahwa semua informasi mengenai layanan, prosedur, biaya, dan kebijakan harus dapat diakses oleh masyarakat umum. Termasuk menyediakan informasi yang jelas dan terperinci mengenai proses layanan, waktu penyelesaian, serta hak dan kewajiban masyarakat sebagai penerima layanan. Misalnya, pemerintah daerah menyediakan situs web resmi yang memuat informasi lengkap mengenai prosedur

pengurusan Kartu Tanda Penduduk (KTP), termasuk persyaratan, biaya, dan waktu pelayanan.

2. Akuntabilitas

Akuntabilitas dalam komunikasi pelayanan publik mengharuskan setiap lembaga publik bertanggung jawab atas semua informasi dan layanan yang diberikan. Setiap tindakan dan keputusan harus dapat dipertanggungjawabkan kepada publik dan pemangku kepentingan. Misalnya, lembaga pemerintah memberikan laporan tahunan kepada publik yang berisi kinerja mereka dalam memberikan layanan, termasuk pencapaian dan kendala yang dihadapi.

3. Kondisional

Pelayanan publik harus menyesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan di masyarakat. Artinya, komunikasi harus fleksibel dan disesuaikan dengan situasi spesifik penerima layanan, baik dari segi budaya, bahasa, maupun kondisi sosial ekonomi. Misalnya, dalam situasi bencana, komunikasi pelayanan publik harus menyampaikan informasi penting melalui berbagai media seperti radio, televisi, dan media sosial agar dapat menjangkau masyarakat yang terdampak dan membutuhkan bantuan segera.

4. Partisipatif

Komunikasi layanan publik harus melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Artinya, masyarakat diajak untuk berkontribusi dalam proses pengambilan keputusan dan memberikan masukan yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas layanan. Misalnya, pemerintah menyelenggarakan pemilihan umum untuk memilih pemimpin bagi warga negara.

5. Kesimbangan Hak dan Kewajiban

Prinsip ini menegaskan bahwa setiap orang mempunyai hak yang sama untuk memperoleh pelayanan publik tanpa diskriminasi. Komunikasi harus memastikan bahwa pesan dan informasi dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat, termasuk mereka yang tinggal di daerah terpencil atau berkebutuhan khusus. Pelayanan publik juga harus menyeimbangkan hak dan kewajiban baik pemberi maupun penerima layanan. Komunikasi harus memberikan edukasi kepada masyarakat tentang haknya untuk mengakses layanan, serta kewajibannya untuk mematuhi prosedur dan peraturan yang berlaku. Misalnya, lembaga-lembaga negara meningkatkan kesadaran tentang pentingnya membayar pajak sebagai kewajiban warga negara. (Fitriah, 2017)

Dengan memahami prinsip-prinsip komunikasi pelayanan publik yang telah dijelaskan, instansi pemerintah dapat memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak hanya mencapai sasaran, tetapi juga dipahami dan ditanggapi dengan baik, sehingga komunikasi menjadi efektif. Kesadaran dan komitmen untuk menerapkan prinsip-prinsip tersebut pada akhirnya akan menciptakan pelayanan publik yang lebih responsif, inklusif, dan efisien, serta membangun hubungan yang lebih erat antara pemerintah dan masyarakat.

2.1.4 Tujuan dan Fungsi Komunikasi Pelayanan Publik

Komunikasi pelayanan publik memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas layanan pemerintah kepada masyarakat. Dalam konteks pelayanan publik, komunikasi ini bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada masyarakat, meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, membangun kepercayaan publik, serta mengedukasi dan memotivasi masyarakat.

Menurut (Yadi, 2021) mengidentifikasi tujuan komunikasi pelayanan publik sebagai berikut:

1. Memberikan Informasi

Tujuan utama komunikasi pelayanan publik adalah menyampaikan informasi yang akurat, jelas, dan lengkap kepada masyarakat tentang pelayanan yang tersedia, prosedur yang harus diikuti, dan kebijakan yang berlaku. Hal ini penting untuk memastikan masyarakat memahami hak dan kewajibannya serta langkah-langkah yang harus diambil untuk memperoleh layanan yang dibutuhkannya. Seperti pengumuman program vaksinasi gratis yang memuat informasi tentang tempat dan waktu pelaksanaan, persyaratan yang harus dipenuhi, dan manfaat vaksinasi.

2. Membangun Hubungan

Komunikasi yang transparan dan akuntabel membantu membangun kepercayaan publik terhadap pemerintah dan lembaga publik. Dengan memberikan informasi yang jujur dan terbuka, publik akan lebih percaya dan merasa lebih dekat dengan pemerintah. Misalnya, laporan berkala tentang penggunaan dana publik dipublikasikan secara transparan di situs web resmi pemerintah.

3. Mempengaruhi Perilaku

Komunikasi publik juga bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang berbagai isu penting dan memotivasi mereka untuk berpartisipasi aktif dalam program pemerintah yang berdampak positif pada kesejahteraan mereka. Misalnya, kampanye edukasi

tentang pentingnya mencuci tangan dengan sabun untuk mencegah penyebaran penyakit menular.

Sedangkan berdasarkan fungsinya, Komunikasi pelayanan publik memiliki fungsi, yaitu:

1. Jembatan Penghubung

Komunikasi pelayanan publik berfungsi sebagai alat yang digunakan oleh pemerintah atau lembaga publik untuk mencapai tujuan tertentu, seperti memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Contohnya mensosialisasikan penanggulangan narkoba yang bertujuan mengurangi penggunaan narkoba di kalangan remaja.

2. Menginformasikan dan Melaporkan

Fungsi utama layanan komunikasi publik adalah menginformasikan dan melaporkan berbagai informasi penting kepada publik. Ini termasuk pemberitahuan tentang kebijakan baru, perubahan layanan publik, dan situasi darurat. Misalnya, Pengumuman penutupan jalan sementara karena pekerjaan konstruksi.

3. Media untuk Menjangkau Audiens yang Luas

Komunikasi layanan publik berfungsi sebagai media untuk menjangkau khalayak yang lebih luas melalui berbagai platform komunikasi, seperti televisi, radio, media sosial, dan situs web. Seperti menyiarkan informasi kesehatan melalui program televisi nasional untuk menjangkau masyarakat di seluruh wilayah.

4. Manfaat Nonkomersial

Komunikasi layanan publik sering kali digunakan untuk tujuan nonkomersial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan publik dan mendukung pembangunan sosial. Contohnya adalah ceramah edukasi tentang pentingnya pendidikan anak usia dini di masyarakat setempat.

Dengan demikian, Komunikasi pelayanan publik merupakan kunci untuk meningkatkan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat. Dengan tujuan memberikan informasi yang jelas, melibatkan masyarakat secara aktif, membangun kepercayaan, serta mendidik dan memotivasi, komunikasi ini juga menjadi alat yang sangat penting untuk mencapai berbagai tujuan pelayanan publik. Penerapan prinsip-prinsip seperti transparansi, akuntabilitas, kondisionalitas, partisipasi, persamaan hak, serta keseimbangan hak dan kewajiban akan menciptakan pelayanan publik yang lebih responsif, inklusif, dan efisien. Pada akhirnya, hal ini akan memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat, sehingga tercipta lingkungan yang saling mendukung dan harmonis.

2.2 Strategi Komunikasi

2.2.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi pada dasarnya adalah kerangka kerja yang menggabungkan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah, tetapi juga harus berperan sebagai kompas yang memandu setiap langkah operasional menuju tujuan tersebut. Artinya, strategi harus mampu menerjemahkan tujuan besar menjadi taktik-taktik yang konkret dan dapat dijalankan. Salah satu aspek penting dalam strategi adalah strategi komunikasi. Strategi komunikasi berperan sebagai panduan dalam merancang dan menyampaikan pesan kepada audiens yang dituju agar tercipta pemahaman dan dukungan yang selaras dengan tujuan yang ingin dicapai. Strategi komunikasi yang efektif akan memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan dapat diterima dengan tepat dan mampu mendorong tindakan yang diinginkan.

Definisi strategi komunikasi telah menjadi fokus perhatian para ahli komunikasi dalam upaya untuk memahami dan merancang pendekatan yang efektif dalam menyampaikan pesan. Menurut (Effendy, 2007) Strategi komunikasi sebagai perencanaan dan manajemen pesan dalam upaya mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Hal ini mencakup pemilihan media, metode komunikasi, dan penyesuaian pesan untuk audiens tertentu. Menurut (Cangara, 2018) berpendapat bahwa strategi komunikasi sebagai pendekatan yang sistematis dalam menyampaikan informasi untuk mempengaruhi opini, sikap, dan perilaku audiens. Ini melibatkan pengembangan pesan, pemilihan media, dan evaluasi hasil. Sedangkan, Menurut (Middleton, 2014) strategi komunikasi adalah seni dan ilmu menggunakan berbagai teknik dan metode untuk mencapai efektivitas dalam komunikasi. Ini melibatkan perencanaan yang cermat, pemilihan saluran komunikasi yang tepat, dan penyesuaian pesan untuk memenuhi kebutuhan audiens. Dengan demikian, para ahli sepakat bahwa strategi komunikasi mencakup perencanaan dan pelaksanaan langkah-langkah yang terorganisir untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

Kesimpulan umum dari pendapat para ahli di atas tentang strategi komunikasi adalah bahwa strategi komunikasi merupakan suatu proses yang sistematis dan terencana untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Hal ini melibatkan perencanaan yang matang, pemilihan media yang tepat, dan penyesuaian pesan dengan audiens tertentu. Selain itu, para ahli menekankan pentingnya pemikiran sistematis dan perencanaan yang terkoordinasi untuk mencapai efektivitas dalam komunikasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi

komunikasi adalah pendekatan yang terstruktur dan terarah untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan mencapai tujuan komunikasi secara maksimal, dan keselarasan antara pesan, audiens, dan konteks komunikasi merupakan kunci keberhasilan strategi tersebut.

2.2.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Tujuan utama strategi komunikasi adalah tercapainya efektivitas dalam penyampaian pesan kepada target audiens. Menurut R Wayne Pace, Bent. D. Paterson dan M. Dallas dalam (Effendy, 2007) terdapat tiga tujuan utama strategi komunikasi, yaitu:

1. Memastikan Pemahaman (*To Secure Understanding*)

Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah memastikan bahwa pesan yang disampaikan diterima dan dipahami oleh audiens. Komunikasi yang efektif harus mampu menjelaskan informasi dengan jelas sehingga audiens dapat memahami pesan dengan baik.

2. Membentuk Penerimaan (*To Establish Acceptance*)

Strategi komunikasi bertujuan untuk membentuk penerimaan khalayak terhadap pesan yang disampaikan. Artinya, pesan yang disampaikan harus dirancang sedemikian rupa sehingga khalayak dapat menerima dan mengakui keabsahan informasi tersebut.

3. Menggerakkan Tindakan (*To Motivate Action*)

Tujuan lain dari strategi komunikasi adalah mendorong audiens untuk melakukan tindakan yang diinginkan. Komunikasi yang efektif harus mampu memotivasi audiens untuk melakukan sesuatu sesuai dengan tujuan komunikator.

Pemilihan strategi komunikasi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan cermat dalam perencanaan komunikasi, karena apabila salah maka hasil yang diperoleh dapat berakibat fatal terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Idealnya strategi komunikasi yang disusun harus mempertimbangkan komponen-komponen komunikasi serta faktor pendukung maupun penghambat masing-masing komponen. Faktor-faktor tersebut meliputi kondisi situasional dan kondisional, pemilihan media komunikasi, tujuan pesan komunikasi, dan peran komunikator dalam proses komunikasi.

2.2.3 Perumusan Strategi Komunikasi

Dalam mengembangkan strategi komunikasi ada tiga tahapan penting yang harus diperhatikan secara serius agar pesan yang disampaikan kepada publik sasaran efektif menurut (Arifin, 1998) yaitu:

1. Mengenal Khalayak

Tahap pertama yaitu mengenal khalayak merupakan langkah awal yang harus dilakukan oleh komunikator agar dapat mewujudkan komunikasi yang efektif. Mengenal khalayak bertujuan untuk memahami situasi, kondisi, dan lingkungan sekitar tempat komunikator akan melaksanakan strategi komunikasinya. Dengan begitu, strategi komunikasi dapat terlaksana secara efektif.

2. Merumuskan Pesan

Tahap kedua adalah menyusun pesan yang tepat dan menarik perhatian khalayak. Dalam menyusun pesan, pengirim atau komunikator memahami latar belakang sasaran atau komunikan. Hal yang akan disampaikan atau yang biasa disebut pesan yang akan disampaikan kepada penerima pesan haruslah semenarik mungkin. Efektivitas dapat dilihat dari bagaimana komunikan tertarik terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Seperti halnya berinteraksi dengan anak-anak, komunikator harus mengemas pesan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami agar pesan yang disampaikan dapat sampai kepada komunikan secara utuh.

3. Menentukan Metode

Langkah terakhir adalah memilih metode komunikasi yang efektif. Memilih metode yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa pesan diterima dengan baik oleh khalayak yang dituju. Ini termasuk memilih media komunikasi yang tepat dan strategi distribusi yang efisien, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti anggaran, jangkauan, dan tingkat keterlibatan yang diinginkan.

Dengan melalui ketiga tahapan tersebut secara cermat dan komprehensif, maka strategi komunikasi yang dirancang memiliki peluang lebih besar untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

Sementara itu, dari segi bentuk pelaksanaan komunikasi, Anwar Arifin menjelaskan ada dua bentuk utama metode yang digunakan, yaitu:

1. Redudansi

Metode redundansi dalam komunikasi merupakan teknik yang digunakan untuk memperkuat pesan dengan mengulanginya melalui berbagai saluran dan format. Redundansi membantu memastikan bahwa pesan tersebut sampai ke khalayak meskipun ada gangguan atau hambatan dalam saluran komunikasi. Hal ini meningkatkan kemungkinan bahwa pesan tersebut akan diingat dan dipahami dengan

baik oleh khalayak. Contohnya adalah mengulang pesan-pesan penting dalam berbagai bentuk seperti iklan televisi, radio, media sosial, dan poster.

2. Kanalisasi

Metode kanalisasi merupakan salah satu teknik komunikasi yang digunakan untuk mengarahkan perhatian audiens melalui suatu saluran tertentu agar pesan dapat diterima dengan lebih efektif. Kanalisasi berfokus pada pembentukan jalur komunikasi yang spesifik dan terarah agar pesan tidak tercampur dengan informasi lain yang tidak relevan. Misalnya, dengan menggunakan influencer atau tokoh masyarakat yang dipercaya untuk menyampaikan pesan kesehatan kepada masyarakat tertentu, sehingga pesan lebih mudah diterima dan diikuti.

Dengan mengadopsi kedua metode di atas, harapannya komunikator dapat meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan dan memengaruhi khalayak dengan lebih baik sesuai dengan tujuan komunikasi yang diinginkan.

Sedangkan untuk bentuk konten, cara komunikasi memmanifestasikan dirinya dalam bentuk:

1. Konten Informatif

Konten informatif adalah jenis pesan yang bertujuan untuk memberikan informasi yang faktual dan jelas kepada audiens. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengetahuan audiens tentang suatu topik atau isu tertentu tanpa bermaksud mempengaruhi sikap atau perilaku mereka secara langsung. Pesan-pesan ini harus disampaikan dengan cara yang jelas, mudah dimengerti, dan relevan. Contohnya adalah pengumuman pemerintah tentang peraturan lalu lintas baru yang disampaikan melalui surat kabar, situs web pemerintah, atau media sosial.

2. Konten Edukatif

Jenis konten pesan ini bertujuan untuk mendidik atau memberikan pengetahuan baru kepada audiens. Biasanya dirancang untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, atau wawasan audiens tentang topik atau masalah tertentu. Pesan edukasi sering digunakan dalam konteks pendidikan formal dan informal. Contohnya adalah pembuatan infografis yang menjelaskan proses daur ulang plastik.

3. Konten Persuasif

Konten persuasif adalah jenis pesan yang dirancang untuk memengaruhi sikap, pandangan, atau perilaku audiens agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh

komunikator. Tujuan utama dari pesan persuasif adalah membujuk audiens untuk menerima ide, melakukan tindakan tertentu, atau mengubah kebiasaan mereka. Pesan-pesan ini sering digunakan dalam periklanan, kampanye sosial, dan komunikasi politik. Contohnya adalah kampanye anti rokok yang ditampilkan melalui poster dan media sosial.

4. Konten Koersif

Jenis pesan ini menggunakan tekanan, ancaman, atau paksaan untuk memengaruhi sikap atau perilaku audiens. Tujuannya adalah untuk membuat audiens melakukan sesuatu dengan cara yang mungkin bertentangan dengan kehendak atau keinginan mereka sendiri. Jenis pesan ini sering dianggap negatif karena dapat mengakibatkan perasaan tertekan atau tidak nyaman. Misalnya, jika seorang kandidat politik mengatakan, *“Jika Anda tidak memilih saya, masa depan negara ini akan suram dan tidak menentu.”*

Dengan demikian, setelah pemahaman yang mendalam mengenai bentuk dan isi strategi komunikasi, diharapkan perencanaan dan pelaksanaan komunikasi yang dilakukan dapat mencapai efektivitas yang lebih tinggi. Hal ini akan memungkinkan pesan yang disampaikan menjadi lebih tepat sasaran, mudah dipahami, serta mampu mempengaruhi dan menggerakkan khalayak sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

2.3 Partisipasi Politik

2.3.1 Pengertian Partisipasi Politik

Partisipasi politik merupakan salah satu landasan utama sistem demokrasi di suatu negara. Partisipasi politik mencerminkan sejauh mana individu atau kelompok terlibat dalam proses politik, yang meliputi berbagai kegiatan, mulai dari pemilihan pemimpin hingga berpartisipasi dalam kampanye atau demonstrasi politik. Partisipasi politik tidak hanya mencakup pemilihan umum, tetapi juga mencakup berbagai bentuk interaksi antara warga negara dan lembaga politik, termasuk pembuatan kebijakan, pengawasan pemerintah, dan advokasi untuk perubahan sosial (Enjelia, 2024)

Dalam negara demokrasi, partisipasi pemilih merupakan elemen penting dari demokrasi perwakilan. Partisipasi politik merupakan landasan dari praktik demokrasi perwakilan elektoral. Pemilu dan partisipasi pemilih merupakan salah satu bentuk manifestasi pelaksanaan demokrasi. Di sini, demokrasi dapat dipahami sebagai pendekatan normatif dan pendekatan empiris. Demokrasi dalam pendekatan normatif menekankan pada gagasan dasar

demokrasi, yaitu bahwa kedaulatan berada di tangan rakyat dan karenanya pemerintahan diselenggarakan dari, oleh, dan untuk rakyat. Sementara itu, demokrasi dalam pendekatan empiris menekankan pada perwujudan demokrasi dalam kehidupan politik sebagai serangkaian tata cara pengaturan rakyat untuk memilih, mendudukkan, dan meminta pertanggungjawaban wakil-wakilnya dalam lembaga perwakilan (Djafar, 2023) Oleh karena itu, pemilihan umum (pemilu) sebagai salah satu proses politik yang diselenggarakan setiap lima tahun sekali, merupakan salah satu tonggak penting yang merepresentasikan kedaulatan rakyat, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada negara demokrasi tanpa menyediakan kesempatan diselenggarakannya pemilu secara sistematis dan berkala.

Selanjutnya berdasarkan para ahli politik menjelaskan apa yang dimaksud dengan partisipasi politik dengan tepat. Menurut (Nelson, 1994) bahwa partisipasi politik adalah kegiatan yang dimaksudkan untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah, baik secara langsung melalui berbagai bentuk tindakan politik maupun secara tidak langsung melalui partisipasi dalam kelompok sosial yang kemudian mempengaruhi kebijakan pemerintah. Lebih lanjut Huntington dan Nelson juga menjelaskan bahwa partisipasi politik dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk seperti ikut serta dalam pemungutan suara dalam memilih pejabat politik seperti Presiden dan Wakil Presiden, Gubernur, Bupati, dan Walikota, menghubungi pejabat pemerintah dan pemimpin politik untuk memengaruhi kepentingan mereka yang menyangkut hajat hidup orang banyak, disebut lobi, bertindak sebagai anggota atau pejabat dalam suatu organisasi dengan tujuan memengaruhi pengambilan keputusan pemerintah, mencari koneksi bagi pejabat pemerintah dan biasanya hanya menguntungkan satu orang atau segelintir orang, serta terlibat dalam tindakan kekerasan untuk memengaruhi pengambilan keputusan pemerintah dengan cara menimbulkan kerugian fisik terhadap manusia atau harta benda. Sedangkan menurut (Budiarjo, 2013) bahwa partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, termasuk dalam proses pembentukan kebijakan umum. Kegiatan-kegiatan ini mencakup tindakan-tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, menghadiri pertemuan-pertemuan umum, menjadi anggota suatu organisasi, partai atau kelompok kepentingan, menjalin hubungan dengan pejabat pemerintah atau anggota parlemen, dan sebagainya.

Dengan demikian, partisipasi politik adalah kegiatan warga negara yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi pembuatan kebijakan oleh pejabat negara melalui berbagai tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, bergabung dengan kelompok kepentingan atau lembaga politik, mencari kandidat dan / atau mencalonkan diri

untuk jabatan publik, berkomunikasi dengan pejabat negara, berdemonstrasi, dan berkampanye.

2.3.2 Bentuk Partisipasi Politik

Partisipasi politik merupakan salah satu pilar utama demokrasi yang memungkinkan warga negara berperan aktif dalam pengambilan keputusan politik. Bentuk-bentuk partisipasi politik sangat beragam, mulai dari tindakan konvensional seperti pemungutan suara, hingga cara-cara nonkonvensional seperti demonstrasi dan petisi. Berikut ini adalah penjelasan mengenai berbagai bentuk partisipasi politik yang mencerminkan cara-cara warga negara dapat berkontribusi terhadap proses politik dan memengaruhi kebijakan pemerintah.

Menurut (MacAndrews, 2011) mengategorikan partisipasi politik berdasarkan jumlah pelakunya terbagi menjadi dua, yaitu :

1. Partisipasi Konvensional

Partisipasi konvensional adalah bentuk partisipasi politik yang diakui dan dilegalkan oleh sistem politik yang berlaku. Aktivitas ini dianggap sebagai cara resmi dan formal bagi warga negara untuk berpartisipasi dalam proses politik. Bentuk partisipasi konvensional biasanya didukung oleh undang-undang dan normatif dalam suatu masyarakat, mencerminkan keterlibatan warga negara dalam kegiatan politik yang diatur dan diakui secara sah. Contohnya ikut pemungutan suara, bergabung dengan partai politik, dan menghadiri rapat atau kampanye.

2. Partisipasi Nonkonvensional

Partisipasi nonkonvensional adalah bentuk partisipasi politik yang tidak selalu diakui secara formal oleh sistem politik dan sering kali melibatkan tindakan yang lebih agresif atau konfrontatif. Bentuk partisipasi ini biasanya digunakan oleh individu atau kelompok yang merasa bahwa partisipasi konvensional tidak cukup untuk menyuarakan pendapat mereka atau memengaruhi perubahan. Partisipasi nonkonvensional mencakup tindakan yang berada di luar mekanisme politik formal, tetapi tetap merupakan cara penting bagi warga negara untuk mengekspresikan ketidakpuasan dan menuntut perubahan. Partisipasi nonkonvensional juga mencakup bentuk partisipasi digital yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk berpartisipasi dalam proses politik. Contohnya termasuk demonstrasi, protes, boikot, dan aktivisme media sosial untuk menyebarkan informasi, mengorganisasi tindakan, atau mengadvokasi isu politik.

Dengan memahami berbagai bentuk partisipasi politik yang dipaparkan oleh Budiardjo, jelaslah bahwa keterlibatan aktif warga negara dalam proses politik sangatlah penting. Partisipasi politik tidak hanya memperkuat sistem demokrasi, tetapi juga memastikan suara dan kepentingan masyarakat terakomodir dalam kebijakan-kebijakan yang diambil pemerintah. Melalui berbagai bentuk partisipasi, setiap individu berkesempatan untuk berkontribusi secara nyata dalam pembangunan bangsa dan pembentukan masa depan yang lebih baik.

2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Politik

Partisipasi politik dipengaruhi oleh beberapa faktor penting yang harus diperhatikan. Faktor-faktor tersebut antara lain dimensi sosial, ekonomi, dan psikologis yang berperan penting dalam menentukan tingkat keterlibatan seseorang dalam kegiatan politik. Menurut (Surbakti, 2010), ada beberapa faktor yang mempengaruhi partisipasi politik masyarakat, yaitu:

1. Kesadaran Politik

Kesadaran politik mencakup tingkat pemahaman dan pengetahuan individu tentang proses politik, hak-hak warga negara, dan pentingnya keterlibatan dalam kehidupan politik. Individu dengan kesadaran politik yang tinggi cenderung lebih aktif dalam kegiatan politik karena memahami pentingnya partisipasi dalam menentukan kebijakan dan arah pemerintahan. Kesadaran politik dapat dipengaruhi oleh pendidikan, informasi yang diperoleh dari media, dan pengalaman pribadi dalam berinteraksi dengan sistem politik.

2. Kepercayaan terhadap Pemerintah

Kepercayaan terhadap pemerintah mengacu pada tingkat keyakinan individu bahwa pemerintah mampu menjalankan tugasnya dengan baik, jujur, dan transparan. Tingkat partisipasi politik sering kali meningkat ketika rakyat percaya bahwa pemerintah mendengarkan suara mereka dan bekerja untuk kepentingan rakyat. Sebaliknya, ketidakpercayaan terhadap pemerintah dapat mengurangi partisipasi politik karena individu merasa bahwa partisipasi mereka tidak akan memberikan dampak yang signifikan.

3. Status Sosial

Status sosial mencakup faktor-faktor seperti pendidikan, pekerjaan, dan posisi dalam masyarakat. Individu dengan status sosial yang lebih tinggi cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya, informasi, dan jaringan sosial yang mendorong

partisipasi politik. Mereka juga cenderung merasa percaya diri dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi kebijakan.

4. Status Ekonomi

Status ekonomi mengacu pada tingkat kesejahteraan material individu atau kelompok, termasuk pendapatan, kepemilikan aset, dan kondisi ekonomi secara keseluruhan. Kondisi ekonomi yang baik memungkinkan individu untuk lebih terlibat dalam kegiatan politik karena mereka memiliki waktu dan sumber daya yang diperlukan. Sebaliknya, individu yang mengalami kesulitan ekonomi mungkin lebih fokus pada kebutuhan dasar mereka dan kurang terlibat dalam kegiatan politik.

5. Afiliasi Sosial dan Politik

Afiliasi sosial dan politik mencakup keterlibatan seseorang dalam organisasi sosial, kelompok kepentingan, atau partai politik. Keterlibatan dalam kelompok-kelompok ini dapat meningkatkan partisipasi politik karena individu mendapatkan dukungan, informasi, dan motivasi dari rekan-rekan mereka. Kelompok-kelompok ini sering kali menyediakan platform bagi anggotanya untuk menyuarakan pendapat dan mempengaruhi kebijakan.

Secara keseluruhan, pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi partisipasi politik, sebagaimana diuraikan di atas, sangat penting untuk merumuskan kebijakan yang responsif dan inklusif. Dengan demikian, upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga menjadi panggilan bagi seluruh elemen masyarakat untuk terlibat aktif dalam proses demokrasi yang lebih baik.

2.4 Pemilu

2.4.1 Pengertian Pemilu

Pemilihan umum adalah salah satu instrumen dasar demokrasi. Melalui pemilu, kedaulatan rakyat dapat ditransformasikan menjadi kekuasaan politik di parlemen dan eksekutif. Pemilihan Umum yang selanjutnya disingkat Pemilu, menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (Liany, 2021). Pemilu merupakan indikator utama dari pemerintahan perwakilan yang demokratis, karena dalam demokrasi, otoritas pemerintah

hanya diperoleh dengan persetujuan dari yang diperintah. Mekanisme utama untuk mengimplementasikan persetujuan menjadi kewenangan pemerintahan adalah melalui penyelenggaraan pemilu yang bebas, jujur, dan adil, khususnya untuk memilih Presiden/Kepala Daerah.

Pemilihan Umum atau yang dikenal dengan sebutan Pemilu diatur dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Pemilu merupakan mekanisme kedaulatan rakyat yang memberikan hak kepada warga negara untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, serta Presiden dan Wakil Presiden. Pemilu dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil, serta berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Dalam proses pemilihan umum ada sebuah badan yang bertugas menyelenggarakan pemilu di ibukota, di setiap daerah pemilihan dan di setiap kabupaten. Badan ini memiliki posisi yang sangat strategis dalam perjalanan politik Indonesia yang memiliki dinamika penyelenggaraan pemilu, badan ini bernama Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang pekerjaannya berkaitan dengan proses pemilu. Namun, dalam pengertian yang lebih dalam, KPU memiliki tanggung jawab moral yang besar, tidak hanya dalam menyelenggarakan pemilu, tetapi dalam menyelenggarakan pemerintahan yang demokratis untuk mencapai tujuan nasional dan cita-cita masyarakat yang beradab, adil, dan maju.

Menurut para ahli, pemilu dapat diartikan sebagai instrumen yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Pemilihan Wakil Rakyat

Sebagai mekanisme dalam memilih wakil-wakil rakyat yang akan duduk di lembaga legislatif dan eksekutif. Ini memberikan kesempatan kepada warga negara untuk menentukan siapa yang akan mewakili kepentingan mereka dalam pembuatan kebijakan dan pengambilan keputusan. Contohnya Pemilu legislatif untuk memilih anggota DPR dan DPRD, serta pemilu eksekutif untuk memilih presiden, wakil presiden, gubernur, bupati, dan wali kota.

2. Partisipasi Politik

Menjadi instrumen penting dalam mendorong partisipasi politik warga negara. Melalui pemilu, warga negara dapat berpartisipasi aktif dalam proses politik dan memberikan suaranya dalam menentukan arah pemerintahan. Misalnya, memberikan suara di Tempat Pemungutan Suara (TPS) sebagai bentuk partisipasi langsung dalam pemilu.

3. Legitimasi dan Akuntabilitas Pemerintah

Pemilu memberikan legitimasi kepada pemerintahan yang dipilih. Pemerintah yang dipilih melalui proses pemilu yang jujur dan adil dianggap memiliki legitimasi untuk menjalankan kekuasaan dan membuat keputusan atas nama rakyat. Di sisi lain, akuntabilitas memungkinkan warga negara untuk meminta pertanggungjawaban dari wakil rakyat yang mereka pilih. Melalui pemilu, warga negara dapat mengevaluasi kinerja pejabat publik dan memutuskan apakah mereka layak untuk dipilih kembali atau tidak.

Selain Ramlan Surbakti, Jimly Asshiddiqie juga mengemukakan bahwa pemilu merupakan salah satu mekanisme untuk memilih wakil-wakil rakyat secara demokratis. Asshiddiqie mengacu pada konsep kedaulatan rakyat dalam sistem perwakilan, yang dikenal sebagai demokrasi perwakilan. Dalam praktiknya, kedaulatan rakyat ini dilaksanakan oleh wakil-wakil rakyat yang menduduki lembaga perwakilan yang disebut parlemen. Para wakil rakyat ini bertindak atas nama rakyat dan berperan dalam menentukan karakter serta cara pemerintahan, serta tujuan yang ingin dicapai baik dalam jangka panjang maupun pendek. Agar wakil rakyat dapat mewakili kepentingan rakyat secara efektif, mereka harus dipilih langsung oleh rakyat melalui Pemilihan Umum (Jurdi, 2018)

2.4.2 Tujuan dan Fungsi Pemilu

Pemilu di Indonesia bertujuan untuk memilih pemimpin dan wakil rakyat yang akan mewakili kepentingan rakyat di berbagai lembaga pemerintahan. Selain itu, terdapat beberapa tujuan menurut Kristiadi dalam (Sholahuddin, 2023), yaitu:

1. Mendorong Partisipasi Publik

Pemilu mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam proses politik. Dengan berpartisipasi dalam pemilu, masyarakat dapat meningkatkan kesadaran politik dan tanggung jawab sosial mereka, serta merasa memiliki peran dalam pembangunan negara.

2. Legitimasi Pemerintah

Pemimpin yang dipilih melalui pemilu memiliki legitimasi yang kuat karena dipilih secara langsung oleh rakyat. Legitimasi ini memperkuat posisi pemerintah dalam menjalankan tugasnya dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

3. Memastikan Proses Demokrasi

Pemilu adalah pilar utama demokrasi di Indonesia. Dengan pemilu yang bebas dan adil, hak pilih setiap warga negara dihargai dan dihormati. Pemilu juga memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam menentukan arah kebijakan negara.

Kemudian dalam ketentuan pasal 4 UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, dijelaskan bahwa pengaturan penyelenggaraan Pemilihan Umum bertujuan untuk:

1. Memperkuat sistem ketatanegaraan yang demokratis.
2. Mewujudkan Pemilu yang adil dan berintegritas.
3. Menjamin konsistensi pengaturan sistem Pemilu.
4. Memberikan kepastian hukum dan mencegah duplikasi dalam pengaturan Pemilu.
5. Mewujudkan Pemilu yang efektif dan efisien.

Selain itu, terdapat fungsi yang dikemukakan oleh Kristiadi, yaitu :

1. Mencegah Monopoli Kekuasaan
Dengan pemilihan umum yang teratur, kekuasaan tidak terkonsentrasi pada satu kelompok atau individu, tetapi dapat berubah secara teratur, sehingga menciptakan keseimbangan kekuasaan.
2. Pergantian Kekuasaan Secara Damai
Pemilu memastikan peralihan kekuasaan yang damai dan teratur, sehingga mencegah konflik dan kekacauan politik.
3. Pengawasan dan Kontrol
Melalui pemilu, rakyat dapat memilih wakil-wakilnya yang akan mengawasi dan mengontrol jalannya pemerintahan, sehingga mencegah penyalahgunaan kekuasaan.
4. Representasi Rakyat
Pemilu memungkinkan warga negara untuk memilih perwakilan mereka yang akan menyuarakan kepentingan dan aspirasi mereka di lembaga legislatif dan eksekutif.

2.4.3 Asas dan Prinsip Pemilu

Dalam ketentuan Pasal 2 Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum menjelaskan bahwa pemilu dilaksanakan berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Berikut ini adalah penjelasan mengenai asas-asas pemilu:

1. Langsung

Pemilihan umum harus dilakukan secara langsung oleh para pemilih yang sah. Setiap warga negara memiliki hak untuk memberikan suaranya sendiri tanpa perantara atau perwakilan. Hal ini memastikan bahwa setiap suara dihitung secara individual dan keputusan akhir mencerminkan pilihan pribadi setiap pemilih.

2. Umum

Hak pilih diberikan kepada semua warga negara yang memenuhi syarat tanpa terkecuali, yang berarti tanpa diskriminasi berdasarkan ras, agama, jenis kelamin, atau status sosial ekonomi. Persyaratan umum untuk memberikan suara biasanya berusia minimal 17 tahun atau sudah menikah.

3. Bebas

Pemilih memiliki hak untuk menentukan pilihan politiknya tanpa tekanan atau paksaan dari pihak manapun. Kebebasan ini termasuk bebas dari intimidasi, ancaman, atau tekanan lain yang dapat mempengaruhi keputusan pemilih.

4. Rahasia

Proses pemungutan suara dilakukan secara rahasia. Artinya, pemilih memberikan suara di bilik suara yang tertutup dan memastikan bahwa pilihan mereka tidak diketahui oleh orang lain, termasuk petugas dan pengawas pemilu. Hal ini untuk mencegah kemungkinan adanya tekanan atau intimidasi setelah pemungutan suara.

5. Jujur

Pemilu harus dijalankan dengan kejujuran di setiap tahapannya. Hal ini mencakup kejujuran dalam penyusunan daftar pemilih, pelaksanaan kampanye, pemungutan suara, hingga penghitungan dan pengumuman hasil. Manipulasi atau kecurangan dalam bentuk apapun tidak diperbolehkan dan dapat dikenakan sanksi hukum.

6. Adil

Setiap peserta pemilu, baik partai politik maupun calon independen, harus diperlakukan secara adil. Artinya, tidak ada satu pun peserta yang diuntungkan atau dirugikan oleh panitia penyelenggara atau oleh aturan yang berlaku. Prinsip adil ini juga mencakup akses yang sama dalam berkampanye dan akses media.

Selain itu, sesuai dengan ketentuan pasal 3 UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, dijelaskan bahwa dalam menyelenggarakan Pemilu, penyelenggara Pemilu harus melaksanakan Pemilu berdasarkan asas sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 dan pelaksanaannya harus memenuhi prinsip-prinsip, yaitu :

1. Mandiri

Pemilu harus dilaksanakan secara independen, tanpa campur tangan dari pihak luar yang dapat memengaruhi hasil pemilu. Artinya, penyelenggara pemilu harus bebas dari pengaruh politik, ekonomi, atau kekuasaan lain yang dapat merusak integritas pemilu.

2. Jujur

Seluruh tahapan pemilu harus dilaksanakan secara jujur, tanpa ada manipulasi atau kecurangan. Kejujuran tersebut meliputi penyusunan daftar pemilih, pelaksanaan kampanye, pemungutan suara, hingga perhitungan dan pengumuman hasil. Manipulasi atau kecurangan dalam bentuk apapun tidak diperbolehkan dan dapat dikenakan sanksi hukum.

3. Adil

Setiap peserta pemilu harus diperlakukan secara adil, tanpa diskriminasi atau keuntungan yang berlebihan. Artinya, semua peserta pemilu, baik partai politik maupun calon independen, harus mendapatkan perlakuan yang sama dan tidak ada yang diuntungkan atau dirugikan oleh panitia penyelenggara maupun oleh peraturan yang berlaku.

4. Berkepastian hukum

Penyelenggaraan pemilu harus berlandaskan pada kepastian hukum, artinya semua proses dan aturan pemilu harus jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat. Kepastian hukum ini penting untuk memastikan semua tahapan pemilu berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tidak ada yang melanggar hukum.

5. Tertib

Seluruh proses pemilu harus dilaksanakan secara tertib dan teratur, sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Ketertiban ini meliputi penyusunan daftar pemilih, pelaksanaan kampanye, pemungutan suara, hingga penghitungan dan pengumuman hasil. Ketertiban ini penting untuk memastikan seluruh tahapan pemilu berjalan lancar dan tidak terjadi gangguan yang dapat merusak integritas pemilu.

6. Terbuka

Proses pemilu harus terbuka, artinya dapat diakses dan dipantau oleh publik untuk memastikan adanya transparansi dan akuntabilitas. Keterbukaan ini penting untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap penyelenggaraan pemilu dan hasil yang diperoleh.

7. Proporsional

Makna proporsionalitas dalam penyelenggaraan pemilu adalah menjaga keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kepentingan umum guna mewujudkan keadilan dalam lembaga penyelenggara pemilu.

8. Profesional

Penyelenggaraan pemilu harus dilakukan oleh tenaga yang profesional dan kompeten di bidangnya. Profesionalisme ini penting untuk memastikan seluruh tahapan pemilu berjalan lancar dan tidak terjadi kekeliruan yang dapat merusak integritas pemilu.

9. Akuntabel

Penyelenggara pemilu harus bertanggung jawab atas setiap tindakan dan keputusan yang diambil selama proses pemilu. Akuntabilitas ini mencakup tanggung jawab untuk melaporkan dan menjelaskan setiap tahapan pemilu kepada publik. Akuntabilitas ini penting untuk memastikan bahwa semua tahapan pemilu berjalan lancar dan tidak terjadi kesalahan yang dapat merusak integritas pemilu.

10. Efektif

Proses pemilu harus dilaksanakan secara efektif, artinya mencapai tujuan yang diharapkan dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal. Efektivitas ini penting untuk memastikan bahwa seluruh tahapan pemilu berjalan lancar dan tidak terjadi kekeliruan yang dapat merusak integritas pemilu.

11. Efisien.

Proses pemilu harus dilaksanakan secara efisien, artinya tidak ada pemborosan atau pengeluaran yang tidak perlu. Efisiensi ini penting untuk memastikan semua tahapan pemilu berjalan lancar dan tidak ada kesalahan yang dapat merusak integritas pemilu.

2.5 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian sebelumnya, penjelasan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya bertujuan untuk dibandingkan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Tujuannya adalah untuk memahami perbedaan antara penelitian yang akan ditulis dengan penelitian sebelumnya. Berikut adalah kajian penelitian terdahulu:

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul, dan Tahun	Hasil
1	Zania Zahra Yunita Dewi. Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu dalam Menangani Penyebaran Informasi Hoaks (2021-2022). (2023)	Dari temuan di lapangan diketahui bahwa berita hoax yang sering sampai ke masyarakat di Kota Batu dapat berupa tulisan, gambar dan video yang disebarluaskan melalui media sosial seperti grup Facebook, Twitter dan WhatsApp serta melalui portal berita online. Dalam menghadapi penyebaran berita hoax di Kota Batu, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu telah melakukan berbagai upaya melalui penyiaran, penjangkauan dan pembentukan strategi Komunitas Informasi Masyarakat (KIM).
2	Richard Chandra Riyanto. Strategi Komunikasi Kelompok Informasi Masyarakat dalam Menyampaikan Informasi Publik	Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi KIM Asabri dalam menyampaikan informasi publik melibatkan pembaruan berita di berbagai platform media sosial seperti situs web, Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube. Melalui kanal media sosial tersebut, masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan membedakan berita atau informasi dengan sumber yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.
3	Andik Setiawan. Perbedaan Strategi Komunikasi Pemasaran di Media Sosial Ohana.mlg	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Ohana.mlg di media sosial Instagram memakai strategi mendorong, sedangkan di media sosial sosial TikTok memakai strategi mendorong dan profil. Karena di Instagram perlunya menggunakan strategi mendorong konsumen

	(Studi Pada Akun @Ohana.mlg di TikTok dan Instagram). (2023)	dan direct message dalam konsistensi interaksi dengan followers dapat mendorong konsumen untuk membeli produknya, sedangkan di TikTok memakai strategi mendorong konsumen dan strategi profil dengan personal selling, publicity, dan direct marketing.
--	--	---

2.6 Kerangka Berpikir

