



STRATEGI KOMUNIKASI PANITIA PEMILIHAN KECAMATAN DALAM MENDORONG PARTISIPASI PEMILIH PEMULA PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH 2024

(Studi Kasus Di Kecamatan Rancaekek)

Alifia Nugraha¹, Saiful Hadi², Toteng Suhara³, Putri Astiti⁴

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN BISNIS, INTERNATIONAL WOMEN UNIVERSITY

ARTICLE INFO

Article history:

Received September 2026

Revised September 2026

Accepted September 2026

Available September 2026

alifianugraha4719@gmail.com¹

saiful@iwu.ac.id²

toteng@iwu.ac.id³

putriastiti87@gmail.com⁴

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi komunikasi penyelenggara pemilihan dalam menjangkau pemilih pemula yang baru pertama kali menggunakan hak pilih dan memiliki karakteristik dekat dengan media digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi komunikasi Panitia Pemilihan Kecamatan Rancaekek dalam Mendorong partisipasi pemilih pemula pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan melibatkan informan dari Panitia Pemilihan Kecamatan, Panitia Pemungutan Suara, pemilih pemula, dan Panitia Pengawas Kecamatan Rancaekek. Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan, dan diperkuat dengan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dilakukan melalui pengenalan karakteristik pemilih pemula, penyusunan pesan

informatif, edukatif, dan persuasif, penggunaan pendekatan informatif, edukatif, persuasif, serta dialogis, dan pemanfaatan media sosial serta sosialisasi tatap muka. Media yang digunakan meliputi Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp, sekolah, Karang Taruna, pesantren, pengajian pemuda, dan komunitas. Hambatan yang ditemukan meliputi keterbatasan sumber daya manusia dan waktu, rendahnya minat politik, penyebaran hoaks, kesulitan menjangkau pemilih di luar sekolah dan komunitas, serta pengemasan konten yang masih formal. Strategi komunikasi tersebut memberikan tambahan pengetahuan dan kesadaran kepada sebagian pemilih pemula, tetapi penerimaan dan responsnya belum merata pada seluruh kelompok sasaran. Dengan demikian, strategi komunikasi Panitia Pemilihan Kecamatan Rancaekek telah menyesuaikan pesan dan saluran dengan karakter umum pemilih pemula, tetapi masih memerlukan penguatan pada segmentasi khalayak, pengemasan konten digital, dan pemerataan jangkauan sosialisasi.

Kata Kunci : Strategi komunikasi, Panitia Pemilihan Kecamatan, pemilih pemula, partisipasi politik, Pemilihan Kepala Daerah.

ABSTRACT

This research is motivated by the importance of election organizers' communication strategies in reaching novice voters who are using their voting rights for the first time and have characteristics of being close to digital media. This study aims to analyze and describe the communication strategy of the Rancaekek District Election Committee in Encouraging the participation of novice voters in the 2024 Regional Head Election. The research uses a qualitative method with a case study approach. Data was obtained through interviews, observations, and documentation involving informants from the District Election Committee, Voting Committee, first-time voters,

and the Rancaekek District Supervisory Committee. The data were analyzed using the Miles, Huberman, and Saldaña interactive analysis model which included data reduction, data presentation, and conclusion drawn, and was reinforced with thematic analysis. The results of the study show that communication strategies are carried out through the introduction of the characteristics of novice voters, the preparation of informative, educational, and persuasive messages, the use of informative, educational, persuasive, and dialogical approaches, and the use of social media and face-to-face socialization. The media used include Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp, schools, Youth Organizations, Islamic boarding schools, youth studies, and communities. The obstacles found include limited human resources and time, low political interest, the spread of hoaxes, difficulties in reaching voters outside schools and communities, and packaging content that is still formal. The communication strategy provides additional knowledge and awareness to some novice voters, but the acceptance and response are not evenly distributed across all target groups. Thus, the communication strategy of the Rancaekek District Election Committee has adjusted the message and channel to the general character of novice voters, but still needs to be strengthened in audience segmentation, digital content packaging, and equitable distribution of socialization reach.

Keywords: *Communication strategy, District Election Committee, first-time voters, political participation, Regional Head Election.*

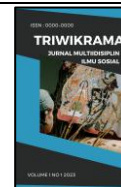
1. PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah menjadi mekanisme demokrasi pada tingkat lokal yang memungkinkan warga menentukan pemimpin sekaligus arah penyelenggaraan pemerintahan di daerahnya. Oleh karena itu, pelaksanaan Pilkada tidak hanya berkaitan dengan proses pemberian suara, tetapi juga mencerminkan keterlibatan masyarakat dalam kehidupan politik daerah. Kualitas demokrasi lokal antara lain dapat dilihat dari sejauh mana masyarakat terlibat dalam setiap tahapan pemilihan dan menggunakan hak politiknya secara bertanggung jawab. Dalam konteks tersebut, partisipasi politik tidak terbatas pada kehadiran pemilih di tempat pemungutan suara. Partisipasi juga mencakup kemampuan warga memahami informasi politik, mempertimbangkan pilihan secara rasional, serta menerima proses dan hasil pemilihan yang sah (Budiardjo, 2011).

Di antara berbagai kelompok pemilih, pemilih pemula merupakan segmen yang memerlukan perhatian khusus. Kelompok ini umumnya baru pertama kali menggunakan hak pilih karena telah berusia 17 tahun atau baru memenuhi persyaratan sebagai pemilih. Keterbatasan pengalaman elektoral menyebabkan orientasi politik mereka masih berkembang. Namun, tingginya penggunaan media digital membuat pemilih pemula memiliki akses yang luas terhadap informasi politik. Kondisi tersebut menempatkan mereka sebagai kelompok potensial sekaligus rentan terhadap informasi yang tidak terverifikasi. Karena itu, diperlukan pendekatan komunikasi yang sesuai agar pemilih pemula mampu memahami proses pemilihan dan menggunakan hak pilih secara sadar (Surbakti, 2010).

Urgensi kajian terhadap pemilih pemula di Kecamatan Rancaekek diperkuat oleh besarnya jumlah kelompok tersebut dalam struktur pemilih pada Pilkada 2024. Berdasarkan rekapitulasi Panitia Pemilihan Kecamatan Rancaekek, terdapat 14.210 pemilih pemula pada Pilkada 2024. Jumlah tersebut terdiri atas 7.287 pemilih laki-laki dan 6.923 pemilih perempuan. Pelaksanaan pemungutan suara di wilayah ini didukung oleh 264 tempat pemungutan suara. Data tersebut memperlihatkan bahwa pemilih pemula bukan sekadar kelompok tambahan, melainkan salah satu segmen strategis yang perlu dijangkau melalui kegiatan komunikasi pemilihan yang tepat (Panitia Pemilihan Kecamatan Rancaekek, 2024).

Pada tingkat kecamatan, Panitia Pemilihan Kecamatan menjalankan fungsi penghubung antara kebijakan penyelenggara pemilihan dan pelaksanaan tahapan pemilihan di masyarakat. Berdasarkan ketentuan tugas badan ad hoc pemilu, Panitia Pemilihan Kecamatan bertanggung



jawab melaksanakan tahapan pemilihan di wilayah kecamatan, menerima dan menyampaikan daftar pemilih, melakukan rekapitulasi hasil penghitungan suara, menyusun laporan tahapan, serta melaksanakan sosialisasi kepada masyarakat. Fungsi sosialisasi menempatkan Panitia Pemilihan Kecamatan tidak hanya sebagai pelaksana administratif, tetapi juga sebagai komunikator kelembagaan yang menyampaikan informasi pemilihan kepada kelompok sasaran. Kedekatan Panitia Pemilihan Kecamatan dengan masyarakat lokal memberikan peluang untuk menyesuaikan pesan, media, dan metode sosialisasi dengan karakteristik pemilih. Namun, kedekatan tersebut belum otomatis menghasilkan komunikasi yang efektif. Keberhasilannya tetap bergantung pada ketepatan perencanaan, kemampuan menyusun pesan, pemilihan saluran, dan evaluasi terhadap penerimaan khalayak.

Dari perspektif komunikasi, ketersediaan informasi belum cukup menjamin keberhasilan sosialisasi. Informasi perlu dirancang berdasarkan kebutuhan khalayak, dikemas dalam bentuk yang mudah dipahami, disampaikan melalui media yang relevan, dan dievaluasi berdasarkan respons penerima pesan. Cangara (2017) menempatkan strategi komunikasi sebagai proses yang mencakup penentuan sasaran, penyusunan pesan, pemilihan komunikator, penggunaan media, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi. Kerangka tersebut dapat digunakan untuk memahami bagaimana Panitia Pemilihan Kecamatan Rancaekek merancang dan menjalankan sosialisasi kepada pemilih pemula. Dengan demikian, strategi komunikasi Panitia Pemilihan Kecamatan dapat dipahami sebagai proses yang mencakup perencanaan pesan, pemilihan media komunikasi, penentuan sasaran, pelaksanaan sosialisasi, serta evaluasi terhadap respons pemilih pemula.

TINJAUAN PUSTAKA

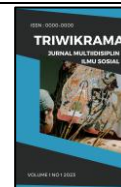
Kajian mengenai komunikasi politik dan penyelenggaraan pemilihan telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Namun, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang mendasari pelaksanaan studi ini:

Fadila (2024) mengkaji strategi komunikasi Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) Medan Selayang dalam Pemilu 2024 dengan fokus pada partisipasi masyarakat secara umum.

Pratiwi dan Sugiarto (2025) serta Ausath (2025) menelaah strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) tingkat kota dan provinsi (seperti KPU Kota Binjai dan KPU DIY) dalam menjangkau pemilih pemula dan Generasi Z.

Wahdah dan Karsa (2022) serta Fitriani dkk. (2025) meneliti komunikasi kelembagaan KPU tingkat provinsi dalam kolaborasi pendidikan pemilih.

Sebagian besar penelitian terdahulu memusatkan perhatian pada tingkat kelembagaan makro (KPU Provinsi/Kabupaten/Kota) atau membahas pemilih secara umum dalam konteks Pemilu nasional. Belum banyak kajian yang secara spesifik menempatkan Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) sebagai unit analisis utama pada level mikro-kecamatan dalam konteks Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak, khususnya terkait dinamika komunikasi lokal, hambatan operasional badan ad hoc, dan respons spesifik pemilih pemula. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara mendalam praktik strategi komunikasi PPK Rancaekek dalam mendorong partisipasi pemilih pemula pada Pilkada 2024.



Landasan Teoritis: Perencanaan dan Strategi Komunikasi

Secara teoretis, penelitian ini berlandaskan pada konsep strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Cangara (2017), yang menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan paduan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan secara efektif. Unsur-unsur strategis tersebut meliputi:

Pengenalan Khalayak (Audience Analysis): Pemahaman mendalam terhadap karakteristik sosio-demografis, psikografis, dan kebiasaan bermedia dari kelompok sasaran.

Penyusunan Pesan (Message Design): Perumusan isi pesan yang informatif, edukatif, dan persuasif agar mudah dipahami oleh khalayak.

Pemilihan Media dan Saluran (Media Selection): Pemanfaatan media konvensional, tatap muka, hingga media digital (Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp) yang relevan dengan karakter Generasi Z (Pratiwi & Sugiarto, 2025; Wahdah & Karsa, 2022).

Pendekatan dan Hambatan Komunikasi: Evaluasi terhadap pendekatan informatif, edukatif, persuasif, dan dialogis guna mengantisipasi hambatan psikologis maupun teknis di lapangan.

Landasan Konseptual

Untuk memperjelas kerangka pemikiran, konsep-konsep operasional yang digunakan dalam penelitian ini disarikan dari literatur ilmiah yang kredibel:

Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK): Badan ad hoc yang dibentuk oleh KPU Kabupaten/Kota untuk menyelenggarakan tahapan pemilihan di tingkat kecamatan, yang memiliki fungsi strategis dalam sosialisasi dan pendidikan pemilih di tingkat lokal (PKPU Nomor 8 Tahun 2022).

Pemilih Pemula: Warga negara yang memenuhi syarat usia (17 tahun atau sudah menikah) dan baru pertama kali menggunakan hak pilihnya dalam pemilu atau pilkada, dengan orientasi politik yang masih berada pada tahap pembentukan (Surbakti, 2010).

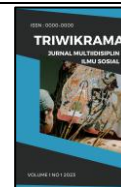
Sosialisasi dan Pendidikan Pemilih: Kegiatan sistematis untuk menyampaikan informasi tahapan pemilu serta membangun kesadaran politik dan tanggung jawab kewarganegaraan (PKPU Nomor 9 Tahun 2022; Keputusan KPU Nomor 620 Tahun 2024).

Partisipasi Politik: Keterlibatan aktif warga negara dalam proses penentuan kebijakan dan pemilihan pemimpin secara sadar dan bertanggung jawab (Budiardjo, 2011).

2. METODE

Metode Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang memandang realitas sosial sebagai hasil pembentukan makna melalui pengalaman, interaksi, dan penafsiran individu (Guba & Lincoln, 1994). Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan desain deskriptif dan pendekatan studi kasus (Moleong, 2017; Creswell & Poth, 2018). Kasus yang ditelaah adalah strategi komunikasi Panitia Pemilihan Kecamatan Rancaekek kepada pemilih pemula pada Pilkada 2024.

Subjek penelitian berjumlah 8 informan yang dipilih melalui teknik purposive sampling, terdiri atas 2 informan utama dari Panitia Pemilihan Kecamatan Rancaekek (Ketua dan Divisi Sospamas), 3 informan pendukung dari Panitia Pemungutan Suara (Desa Rancaekek Wetan, Desa Bojongloa, dan Desa Tegal Sumedang), 2 informan target dari pemilih pemula, dan 1 informan triangulasi dari Panitia Pengawas Kecamatan Rancaekek.



Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam semi-terstruktur, dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang mencakup reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), serta penarikan kesimpulan atau verifikasi (conclusion drawing/verification), serta diperkuat dengan analisis tematik (Miles et al., 2014; Braun & Clarke, 2006). Keabsahan dan kredibilitas data diuji menggunakan teknik triangulasi yang meliputi triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi waktu (Moleong, 2017).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan dan Pelaksanaan Strategi Komunikasi PPK Rancaekek

Berdasarkan hasil temuan lapangan, perencanaan strategi komunikasi oleh PPK Rancaekek diawali dengan pengenalan khalayak (audience analysis) yang mengidentifikasi pemilih pemula sebagai bagian dari Generasi Z dengan karakteristik dekat dengan teknologi digital (Cangara, 2017). Secara administratif, pemilih pemula mencakup warga berusia 17 tahun atau yang sudah menikah (Surbakti, 2010). Penentuan kelompok sasaran difokuskan pada lembaga pendidikan (sekolah), organisasi kepemudaan (Karang Taruna), pesantren, hingga komunitas informal di tingkat desa.

Dalam tahap pelaksanaan, PPK Rancaekek bersama Panitia Pemungutan Suara (PPS) menyusun pesan yang diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk:

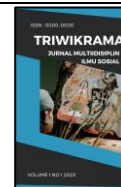
Pesan Informatif: Terkait jadwal pemungutan suara, syarat pemilih, dan tata cara pencoblosan.
Pesan Edukatif: Menjelaskan hubungan antara pilihan politik dengan arah kebijakan daerah serta pentingnya meneliti visi dan misi calon kepala daerah.
Pesan Persuasif: Ajakan untuk menggunakan hak pilih sesuai hati nurani, menolak politik uang, dan menangkalkan berita bohong (hoaks).

Penyampaian pesan tersebut didukung oleh pendekatan informatif, edukatif, persuasif, serta dialogis melalui pemanfaatan media digital (Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp) serta kegiatan tatap muka langsung seperti roadshow ke sekolah dan forum warga. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pratiwi dan Sugiarto (2025) serta Ausath (2025) yang menekankan pentingnya adopsi media sosial dan program kunjungan langsung dalam menjangkau pemilih muda.

Hambatan Strategi Komunikasi

Meskipun program sosialisasi telah berjalan, pelaksanaan di lapangan menghadapi berbagai hambatan signifikan yang dikelompokkan ke dalam tiga aspek utama:

Hambatan Internal dan Struktural: Keterbatasan jumlah sumber daya manusia (SDM) PPK yang hanya berjumlah 5 orang tanpa staf pendukung administratif, serta singkatnya rentang waktu pelaksanaan sosialisasi yang diatur oleh KPU (Deny Ramdhani & Shiddiq Abduh, data primer 2026). Hambatan Eksternal dan Sosiologis: Rendahnya minat politik (apathy) di kalangan sebagian pemilih pemula, peredaran informasi hoaks, serta kesulitan menjangkau pemilih pemula yang berada di luar institusi formal—seperti buruh pabrik dengan sistem kerja sif di kawasan industri Rancaekek (Asep Somantri, data primer 2026).



Hambatan Pengemasan Konten: Berdasarkan hasil triangulasi dengan Panwascam, platform digital yang digunakan (Instagram dan Facebook) telah sesuai dengan dunia anak muda, namun pengemasan kontennya masih terlalu kaku, dominan teks panjang atau infografis formal, sehingga kalah bersaing dengan konten hiburan di media sosial.

Interpretasi Kritis, Kebaruan (Novelty), dan Implikasi Penelitian

Hasil interpretasi kritis menunjukkan bahwa komunikasi penyelenggara pemilu pada level mikro-kecamatan tidak dapat disamakan dengan sosialisasi makro di tingkat provinsi atau kota. Persamaannya dengan studi Fadila (2024) dan Fitriani dkk. (2025) terletak pada penggunaan kombinasi media sosial dan tatap muka. Namun, perbedaannya terletak pada spesifikasi tantangan lokal di Rancaekek yang bercorak semi-urban dan industri, di mana mobilitas kerja pemilih pemula membatasi efektivitas sosialisasi konvensional.

Kebaruan (Novelty) Penelitian: Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah (scientific contribution) dengan menawarkan pemetaan empiris mengenai efektivitas komunikasi badan ad hoc (PPK dan PPS) pada tingkat akar rumput (kecamatan/desa) dalam menghadapi perilaku politik pemilih pemula di era digital, yang selama ini jarang dieksplorasi secara mendalam pada level mikro elektoral Pilkada.

Implikasi Teoretis dan Praktis:

Implikasi Teoretis: Memperluas aplikasi teori strategi komunikasi Cangara (2017) pada ranah penyelenggaraan pemilu lokal, di mana keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kejelasan pesan, tetapi sangat bergantung pada fleksibilitas saluran dan segmentasi khalayak yang inklusif.

Implikasi Praktis: Menjadi bahan evaluasi bagi KPU Kabupaten Bandung dan PPK untuk memperbaiki model sosialisasi ke depan, yaitu dengan beralih dari pendekatan formal-birokratis ke pendekatan peer-to-peer (melibatkan influencer lokal atau duta muda) serta melakukan metode jemput bola langsung ke ruang-ruang nongkrong atau komunitas kerja pemilih pemula.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan metodologis berupa pendekatan kualitatif deskriptif yang berfokus pada pemahaman makna dan proses komunikasi, sehingga belum mengukur tingkat peningkatan partisipasi pemilih secara statistik kuantitatif. Kendati demikian, temuan ini tetap memberikan kontribusi komprehensif terhadap evaluasi kebijakan komunikasi kepemiluan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Panitia Pemilihan Kecamatan Rancaekek merencanakan strategi komunikasi dengan mengenali pemilih pemula berdasarkan usia, pengalaman menggunakan hak pilih, lingkungan pendidikan, komunitas, dan kebiasaan menggunakan media sosial. Sasaran sosialisasi ditentukan melalui sekolah, Karang Taruna, pesantren, komunitas pemuda, dan kegiatan masyarakat. Strategi komunikasi dilaksanakan melalui sosialisasi tatap muka dan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp. Hambatan yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, waktu sosialisasi yang singkat, rendahnya minat politik, hoaks, serta kesulitan menjangkau pemilih di luar institusi formal.

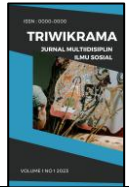


SARAN

Saran diberikan kepada Panitia Pemilihan Kecamatan Rancaekek agar melakukan pemetaan pemilih pemula secara lebih terperinci dan meningkatkan kualitas konten media sosial; kepada Panitia Pemungutan Suara agar memperluas jangkauan sosialisasi ke ruang-ruang publik dan komunitas; kepada pemilih pemula agar lebih aktif mencari informasi resmi dan menggunakan hak pilih secara bijaksana; serta kepada peneliti selanjutnya agar melibatkan latar belakang informan yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ausath, J. A. (2025). Strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) dalam meningkatkan pemilih pemula Gen Z pada Pemilu 2024 [Skripsi sarjana, Universitas Islam Indonesia].
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Budiardjo, M. (2011). *Dasar-dasar ilmu politik* (Edisi revisi). Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan strategi komunikasi* (Edisi revisi). Rajawali Pers.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fadila, R. T. M. (2024). Strategi komunikasi Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) Medan Selayang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada Pemilihan Umum 2024 [Skripsi sarjana, Universitas Medan Area].
- Fitriani, G., Meliala, R. M., & Bender, G. W. (2025). Strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Provinsi DKI Jakarta dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu Tahun 2024. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(9.C), 206-219.



Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105-117). SAGE Publications.