

STRATEGI KOMUNIKASI KPU BULELENG DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH PADA PEMILU 2024 DI KECAMATAN BULELENG

Komang Dio Artayasa¹; Ketut Yuniati²

Institut Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singaraja^{1;2}

Email: komangdio2105@email.com¹; ketutyuni6@gmail.com²

ABSTRAK

Partisipasi pemilih dalam Pemilu menjadi indikator keberhasilan demokrasi, namun tingkat partisipasi di Kecamatan Buleleng masih menjadi tantangan bagi KPU Buleleng. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi KPU Buleleng dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu 2024. Tiga fokus utama dalam penelitian ini adalah faktor penyebab rendahnya partisipasi pemilih, strategi komunikasi KPU Buleleng dalam meningkatkan partisipasi pemilih dan implikasi strategi komunikasi KPU Buleleng dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu 2024 di Kecamatan Buleleng. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup Teori Atribusi, Teori Akomodasi Komunikasi, serta Teori Stimulus-Organism-Response (SOR). Hasil penelitian menunjukkan rendahnya partisipasi pemilih disebabkan oleh kurangnya pemahaman pemilu, minimnya sosialisasi di daerah terpencil, dan rendahnya motivasi politik. KPU Buleleng menerapkan strategi konvergensi dengan menyesuaikan bahasa, membangun kedekatan sosial, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam sosialisasi. Strategi divergensi juga dilakukan dengan memperkuat citra KPU sebagai penyelenggara pemilu yang kredibel. Implikasi strategi ini adalah meningkatnya kesadaran pemilih, meski masih ada kendala akses informasi di daerah terpencil dan bagi mereka yang terbatas terhadap media digital. Oleh karena itu, distribusi informasi yang lebih inklusif diperlukan untuk menjangkau seluruh pemilih secara merata.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, KPU Buleleng, Partisipasi Pemilih, Pemilu 2024

ABSTRACT

Voter participation in the General Election is an indicator of the success of democracy, but the level of participation in Buleleng District remains a challenge for the Buleleng General Elections Commission (KPU). This study aims to analyze the communication strategy of the Buleleng KPU in increasing voter participation in the 2024 General Election. The three main focuses in this study are the factors causing low voter participation, the Buleleng KPU's communication strategy in increasing

voter participation, and the implications of the Buleleng KPU's communication strategy in increasing voter participation in the 2024 General Election in Buleleng District. This type of research uses qualitative research with a case study approach. The theories used in this study include Attribution Theory, Communication Accommodation Theory, and Stimulus-Organism-Response (SOR) Theory. The results of the study indicate that low voter participation is caused by a lack of understanding of elections, minimal socialization in remote areas, and low political motivation. The Buleleng KPU implemented a convergence strategy by adjusting language, building social closeness, and increasing community involvement in socialization. A divergence strategy was also carried out by strengthening the KPU's image as a credible election organizer. The implication of this strategy is increased voter awareness, although access to information remains challenging in remote areas and for those with limited access to digital media. Therefore, more inclusive information distribution is needed to reach all voters equally.

Keywords: Communication Strategy, Buleleng Election Commission (KPU), Voter Participation, 2024 Election

I. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara demokrasi menempatkan kedaulatan rakyat sebagai prinsip utama yang diwujudkan melalui Pemilihan Umum. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017, pemilu merupakan sarana rakyat untuk memilih anggota DPR, DPD, DPRD, serta Presiden dan Wakil Presiden. Pemilu juga berfungsi sebagai mekanisme pembentukan legitimasi politik, representasi masyarakat, dan pergantian kekuasaan secara demokratis (Norris, 2004). Sejak pertama kali dilaksanakan pada tahun 1955, penyelenggaraan pemilu di Indonesia terus mengalami perkembangan kelembagaan hingga terbentuk Komisi Pemilihan Umum sebagai lembaga yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri. Selain menyelenggarakan tahapan pemilu, KPU juga bertugas melaksanakan sosialisasi dan pendidikan pemilih untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Pada Pemilu 2019, sekitar 18,03% pemilih atau kurang lebih 34,75 juta orang tidak menggunakan hak pilihnya (KPU RI, 2019). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa partisipasi politik masih menjadi tantangan sehingga KPU perlu menerapkan strategi komunikasi yang informatif, persuasif, dan mampu menjangkau berbagai kelompok masyarakat secara efektif (Cangara, 2016).

Partisipasi pemilih merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kualitas penyelenggaraan demokrasi. Tingginya partisipasi menunjukkan keterlibatan warga negara dalam menentukan pemerintahan dan memperkuat legitimasi politik yang dihasilkan melalui pemilu (Lijphart, 1997; Norris, 2004). Keterlibatan masyarakat dalam pemilu juga dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya politik, tingkat pendidikan, pengetahuan, waktu, keterampilan, serta akses terhadap informasi politik (Brady et al., 1995; Verba et al., 1995). Dengan demikian, keberhasilan pemilu tidak hanya dinilai dari pelaksanaannya yang langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil, tetapi juga dari tingkat keterlibatan masyarakat dalam menggunakan hak

pilihnya. Artinya, keberhasilan pemilu tidak hanya diukur dari proses pelaksanaan yang jujur dan adil, tetapi juga dari sejauh mana masyarakat menggunakan hak pilihnya. Oleh karena itu, meningkatkan partisipasi pemilih merupakan tantangan sekaligus prioritas utama bagi KPU. Komposisi pemilih pada Pemilu 2024 menunjukkan dominasi generasi muda, khususnya generasi milenial dan generasi Z. Berdasarkan data Databoks (2023), generasi milenial tercatat sebagai kelompok terbesar dengan jumlah 66,82 juta orang atau 33,60% dari DPT, disusul generasi X sebanyak 57,59 juta orang (28,07%), generasi Z sebanyak 46,8 juta orang (22,85%), serta kelompok baby boomer dan pre-boomer yang jumlahnya lebih kecil. Dominasi generasi muda ini membawa konsekuensi penting bagi strategi sosialisasi pemilu, karena pendekatan komunikasi harus menyesuaikan dengan pola pikir, gaya hidup, dan media yang digunakan oleh pemilih muda. Jika strategi komunikasi yang dilakukan tidak adaptif terhadap perkembangan generasi, maka tingkat partisipasi pemilih dikhawatirkan tidak akan maksimal.

Partisipasi pemilih merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kualitas penyelenggaraan demokrasi. Tingginya partisipasi menunjukkan keterlibatan warga negara dalam menentukan pemerintahan dan memperkuat legitimasi politik yang dihasilkan melalui pemilu (Lijphart, 1997; Norris, 2004). Keterlibatan masyarakat dalam pemilu juga dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya politik, tingkat pendidikan, pengetahuan, waktu, keterampilan, serta akses terhadap informasi politik (Brady et al., 1995; Verba et al., 1995). Dengan demikian, keberhasilan pemilu tidak hanya dinilai dari pelaksanaannya yang langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil, tetapi juga dari tingkat keterlibatan masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya

Di Provinsi Bali, jumlah pemilih tetap mencapai 3.269.516 orang dengan Kabupaten Buleleng sebagai penyumbang terbesar, yaitu 611.901 pemilih. Dari jumlah tersebut, Kecamatan Buleleng memiliki DPT terbanyak yakni 114.662 orang atau sekitar 18,7% dari total pemilih di kabupaten. Posisi ini menjadikan Kecamatan Buleleng wilayah strategis dalam menentukan tingkat partisipasi pemilih di Bali. Namun, berdasarkan data KPU, partisipasi pemilih di Kabupaten Buleleng pada Pemilu 2019 hanya mencapai 73,14%, angka yang lebih rendah dibandingkan dengan kabupaten lain. Bahkan, Kecamatan Buleleng yang memiliki jumlah DPT terbesar justru mencatat partisipasi terendah ketiga dengan angka 70,64%. Kondisi ini sangat mengkhawatirkan, karena rendahnya partisipasi di kecamatan dengan jumlah pemilih terbesar berpotensi menurunkan capaian partisipasi di tingkat kabupaten maupun provinsi. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan literatur terdahulu yang menegaskan bahwa partisipasi politik tidak hanya ditentukan oleh faktor struktural, tetapi juga oleh kualitas komunikasi politik yang dilakukan oleh penyelenggara pemilu. Partisipasi politik masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh faktor struktural, tetapi juga oleh saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepemiluan. Penggunaan media digital dan media sosial dapat meningkatkan pengetahuan, keterlibatan, serta partisipasi politik, terutama di kalangan generasi muda yang menjadikan media digital sebagai sumber utama informasi (Boulianne, 2015;

Boulianne & Theocharis, 2020). Di samping itu, jaringan sosial, interaksi masyarakat, dan keterlibatan dalam komunitas lokal turut memengaruhi keputusan individu untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik (McClurg, 2003; Putnam, 1993). Oleh karena itu, strategi sosialisasi pemilu perlu mengombinasikan media digital, komunikasi tatap muka, serta pelibatan tokoh adat, tokoh masyarakat, organisasi kepemudaan, dan komunitas lokal.

Namun, penelitian-penelitian tersebut masih cenderung bersifat umum dan belum banyak mengulas strategi komunikasi penyelenggara pemilu di tingkat kabupaten, apalagi dengan konteks lokal yang sangat spesifik seperti di Buleleng. Padahal, faktor lokalitas memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku politik masyarakat. Misalnya, di Bali, nilai-nilai adat dan peran tokoh banjar berpotensi menjadi saluran komunikasi yang efektif dalam menggerakkan partisipasi politik. Dengan demikian, penelitian ini menghadirkan kebaruan (novelty) karena berfokus pada strategi komunikasi KPU Kabupaten Buleleng yang dipraktikkan dalam konteks lokal dengan tantangan rendahnya partisipasi pemilih di Kecamatan Buleleng pada Pemilu 2019. Pernyataan kebaruan dari penelitian ini adalah analisis tentang bagaimana KPU Buleleng mengadopsi strategi komunikasi berbasis konvergensi (tatap muka, tokoh adat, sekolah/kampus), divergensi (media sosial, digitalisasi konten), serta kolaborasi multipihak (organisasi kepemudaan, media lokal, tokoh masyarakat) dalam menghadapi Pemilu 2024. Penelitian ini memadukan pendekatan teoritis komunikasi politik dengan data empiris terbaru tentang tingkat partisipasi pemilih di Buleleng. Dengan fokus pada implementasi strategi komunikasi KPU Buleleng, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademis berupa model strategi komunikasi berbasis lokal yang dapat direplikasi di daerah lain.

Berdasarkan uraian di atas, permasalahan yang hendak dijawab dalam penelitian ini adalah: (1) faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya partisipasi pemilih pada Pemilu 2019 di Kecamatan Buleleng, (2) strategi komunikasi yang dilakukan KPU Kabupaten Buleleng pada Pemilu 2024, serta (3) implikasi dari strategi tersebut terhadap peningkatan partisipasi pemilih di Kecamatan Buleleng dan Kabupaten Buleleng secara umum. Adapun tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi KPU Buleleng dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu 2024, dengan rincian: (1) mengidentifikasi faktor penyebab rendahnya partisipasi pemilih pada Pemilu 2019 di Kecamatan Buleleng, (2) mengkaji strategi komunikasi yang diterapkan KPU Buleleng pada Pemilu 2024, dan (3) menelaah implikasi strategi tersebut terhadap peningkatan partisipasi pemilih. Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat memperkaya khazanah kajian komunikasi politik di Indonesia serta memberikan masukan praktis bagi penyelenggara pemilu dalam memperkuat kualitas demokrasi lokal.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif naratif. Fokus utama penelitian adalah menelaah strategi komunikasi yang diterapkan oleh KPU Buleleng dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih pada

Pemilu 2024 di Kecamatan Buleleng. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara Wawancara, observasi, studi dokumen dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur dengan stakeholder yang terkait seperti penyelenggara Pemilu dan Pemilih. Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan adalah jenis observasi partisipan penulis terlibat langsung menjadi penyelenggara di KPU pada tingkat kecamatan di wilayah Buleleng. penulis turut andil dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan KPU di wilayah Kecamatan Buleleng. Penulis juga telah mendatangi kantor KPU Buleleng dalam upaya pengenalan ekosistem kerja yang ada di KPU khususnya KPU Buleleng. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yakni data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berasal dari sumber pertama melalui observasi dan wawancara langsung dengan Pimpinan KPU, Pemilih pada Pemilu 2024, dan beberapa penyelenggara pemilu di daerah Kecamatan Buleleng. Sedangkan data sekunder adalah data tambahan pihak lain, seperti literatur, dokumen atau catatan yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Alat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, *handphone* sebagai alat dokumentasi serta laptop sebagai sumber mencari informasi. Selain itu, dilakukan juga dokumentasi atau pengambilan gambar atau foto sebagai bukti telah melakukan penelitian.

III. PEMBAHASAN

1. Faktor Rendahnya Partisipasi Pemilu 2019 di Kecamatan Buleleng

Partisipasi politik masyarakat merupakan salah satu indikator penting dari kualitas demokrasi. Pada Pemilu 2019, Kabupaten Buleleng mencatat tingkat partisipasi sebesar 73,14% dengan jumlah pengguna hak pilih sebanyak 426.004 orang dari total DPT 611.901. Jika angka ini dilihat sekilas, memang masih tergolong tinggi dibandingkan beberapa daerah di luar Bali, namun apabila dibandingkan dengan kabupaten lain di Provinsi Bali, angka ini relatif rendah. Lebih mengkhawatirkan lagi, Kecamatan Buleleng yang memiliki DPT terbesar justru mencatat tingkat partisipasi hanya 70,64% atau 76.334 pemilih dari 114.662 DPT. Angka tersebut jauh tertinggal dari beberapa kecamatan lain di Buleleng yang tingkat partisipasinya bisa menembus di atas 80%. Fenomena rendahnya partisipasi ini perlu dipahami dengan menelaah berbagai faktor. Pertama, faktor psikologis dan kognitif masyarakat. Masih banyak pemilih yang memandang pemilu sebagai rutinitas lima tahunan tanpa melihat keterkaitannya dengan kehidupan sehari-hari. Rendahnya literasi politik membuat sebagian masyarakat tidak memahami bahwa pemilu adalah sarana penting untuk menentukan arah kebijakan negara. Akibatnya, kesadaran politik masyarakat menjadi lemah dan berdampak pada rendahnya kehadiran di TPS.

Kedua, faktor apatisisme yang muncul terutama di kalangan pemuda. Generasi milenial dan generasi Z, yang jumlahnya cukup signifikan dalam DPT Kecamatan Buleleng, cenderung skeptis terhadap proses politik. Mereka beranggapan bahwa siapapun pemimpin yang terpilih tidak akan memberikan perubahan berarti. Sikap sinis dan rasa tidak percaya ini semakin diperkuat dengan adanya kasus-kasus politik nasional yang mengikis kepercayaan publik, seperti korupsi pejabat negara dan praktik politik uang. Selain faktor psikologis, faktor struktural juga sangat berpengaruh. Di

beberapa wilayah Kecamatan Buleleng, akses informasi kepemiluan masih terbatas. Sosialisasi yang dilakukan KPU cenderung bersifat formal, sehingga sulit menjangkau masyarakat pedesaan atau komunitas yang minim akses internet. Kampanye tatap muka tidak merata, sementara penggunaan bahasa komunikasi yang terlalu teknis membuat pesan KPU kurang membumi. Padahal, masyarakat Buleleng yang sangat kental dengan tradisi lokal akan lebih mudah menerima pesan apabila dikaitkan dengan nilai budaya dan bahasa daerah.

Dari sisi sosial-ekonomi, rendahnya partisipasi juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan kesejahteraan. Masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah cenderung memiliki minat politik yang lemah. Demikian pula, masyarakat dengan pekerjaan informal atau buruh harian sering kali mengutamakan aktivitas ekonomi dibandingkan meluangkan waktu untuk hadir ke TPS. Beberapa warga bahkan beranggapan bahwa pemilu tidak memberikan dampak langsung terhadap kehidupan mereka, sehingga mereka lebih memilih bekerja pada hari pemungutan suara. Jika dibandingkan dengan kabupaten lain di Bali, misalnya Gianyar atau Klungkung yang partisipasinya di atas 80%, terlihat adanya perbedaan pola. Di daerah tersebut, kedekatan masyarakat dengan tokoh adat dan komunitas banjar dimanfaatkan secara maksimal untuk menggerakkan pemilih. Sementara di Kecamatan Buleleng, potensi peran tokoh lokal belum dimanfaatkan secara optimal. Akibatnya, tingkat partisipasi tetap rendah meskipun Buleleng memiliki jumlah pemilih yang besar. Faktor-faktor inilah yang menyebabkan Pemilu 2019 di Kecamatan Buleleng meninggalkan catatan rendahnya partisipasi pemilih.

2. Strategi Komunikasi KPU Buleleng pada Pemilu 2024

Menyadari kelemahan pada Pemilu 2019, KPU Buleleng merancang strategi komunikasi yang lebih adaptif dan inovatif pada Pemilu 2024. Strategi ini tidak hanya menekankan pada sosialisasi formal, tetapi juga pada pendekatan yang sesuai dengan karakter masyarakat Buleleng. Ada tiga strategi utama yang diterapkan: konvergensi, divergensi, dan kolaborasi multipihak. Strategi konvergensi diwujudkan melalui komunikasi tatap muka dan program edukasi langsung. Salah satu program unggulan adalah *KPU Goes to School* yang menyasar pemilih pemula di SMA/SMK. Program ini berusaha menanamkan kesadaran politik sejak dini, menjelaskan pentingnya menggunakan hak pilih, dan memberikan simulasi tata cara pencoblosan. Selain itu, ada juga *KPU Goes to Campus* yang menarget mahasiswa sebagai segmen pemilih kritis. Pendekatan ini terbukti efektif karena melibatkan generasi muda secara partisipatif dalam diskusi mengenai demokrasi.

Selain itu, KPU Buleleng juga mengoptimalkan peran tokoh masyarakat, tokoh adat, dan tokoh agama. Dalam konteks budaya Bali yang sarat nilai tradisi, keterlibatan figur yang dihormati sangat penting. Tokoh adat misalnya, mampu menjadi jembatan komunikasi yang lebih diterima dibandingkan aparat formal. Pesan partisipasi yang disampaikan oleh tokoh adat akan lebih memiliki legitimasi sosial dan mampu memengaruhi perilaku pemilih di tingkat banjar atau desa adat. Strategi divergensi berfokus pada pemanfaatan media digital. KPU Buleleng sadar bahwa mayoritas pemilih pada 2024 berasal dari generasi milenial dan generasi Z yang akrab dengan

dunia digital. Oleh karena itu, KPU aktif menggunakan Instagram, Facebook, hingga TikTok untuk menyebarkan informasi. Konten sosialisasi dikemas dalam bentuk yang menarik seperti video pendek, infografis, dan animasi kreatif. Dengan demikian, pesan tidak hanya sekadar informatif tetapi juga menghibur dan mudah dibagikan. Strategi ini sekaligus mengatasi masalah apatisme di kalangan anak muda yang lebih suka menerima informasi melalui media digital.

Kolaborasi multipihak juga menjadi pilar strategi KPU Buleleng. KPU menggandeng organisasi kepemudaan, Karang Taruna, dan komunitas mahasiswa untuk membantu menyebarkan pesan anti-golput. Media lokal juga dilibatkan untuk memperluas distribusi informasi kepemiluan. Dengan adanya kolaborasi, pesan partisipasi tidak hanya datang dari KPU tetapi juga dari berbagai elemen masyarakat. Hal ini membuat sosialisasi lebih masif dan merata. Evaluasi terhadap strategi ini menunjukkan hasil yang positif. Dibandingkan dengan Pemilu 2019, partisipasi pemilih pada Pemilu 2024 di Kabupaten Buleleng meningkat menjadi 74,93% atau naik 1,79 poin persentase. Lebih signifikan lagi, Kecamatan Buleleng yang sebelumnya hanya 70,64% berhasil mencapai 74,86% dengan total pengguna hak pilih 85.834 orang. Artinya terdapat kenaikan 4,22 poin persentase. Fakta ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan KPU Buleleng efektif, terutama dalam menysasar kelompok pemilih muda dan pemilih di wilayah perkotaan yang sebelumnya cenderung apatis.

3. Implikasi Strategi Komunikasi KPU Buleleng

Penerapan strategi komunikasi KPU Buleleng pada Pemilu 2024 memiliki implikasi yang luas. Dari sisi akademis, penelitian ini memperkuat teori komunikasi politik yang menekankan pentingnya penggunaan saluran komunikasi yang beragam sesuai karakter audiens. Strategi konvergensi terbukti efektif untuk pemilih tradisional yang lebih menyukai komunikasi tatap muka, sementara strategi divergensi berhasil menjangkau pemilih muda yang dominan di media sosial. Dengan demikian, kombinasi keduanya menunjukkan relevansi pendekatan multi-channel dalam meningkatkan partisipasi politik. Dari sisi praktis, pengalaman KPU Buleleng dapat dijadikan contoh untuk KPU daerah lain di Indonesia. Penerapan program seperti *KPU Goes to School* dan *KPU Goes to Campus*, pemanfaatan media digital, serta keterlibatan tokoh lokal terbukti efektif mendorong masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya. Terutama peningkatan partisipasi sebesar 4,22% di Kecamatan Buleleng menunjukkan bahwa fokus pada wilayah dengan jumlah pemilih besar dapat memberikan dampak domino terhadap tingkat partisipasi kabupaten secara keseluruhan.

Implikasi kebijakan juga sangat penting. Peningkatan partisipasi pemilih di Kabupaten Buleleng dari 73,14% pada 2019 menjadi 74,93% pada 2024, serta kenaikan signifikan di Kecamatan Buleleng dari 70,64% menjadi 74,86%, membuktikan bahwa strategi komunikasi yang tepat sasaran perlu didukung dengan kebijakan nasional. Pemerintah pusat bersama KPU RI perlu memberikan anggaran lebih besar untuk kegiatan sosialisasi, terutama di daerah yang memiliki tantangan geografis dan sosial. Selain itu, pendidikan politik sejak dini melalui kurikulum sekolah

menjadi hal yang mendesak agar generasi muda tumbuh dengan kesadaran politik yang baik.

Lebih jauh, keberhasilan KPU Buleleng menunjukkan bahwa peningkatan partisipasi pemilih tidak hanya ditentukan oleh faktor teknis penyelenggaraan pemilu, tetapi juga oleh bagaimana komunikasi politik dirancang. Demokrasi tidak akan berjalan sehat tanpa keterlibatan aktif masyarakat. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang berkelanjutan perlu terus dijalankan, bukan hanya menjelang pemilu, tetapi juga dalam kehidupan politik sehari-hari. Dengan demikian, budaya demokrasi dapat semakin mengakar dalam masyarakat. Secara keseluruhan, strategi komunikasi KPU Buleleng pada Pemilu 2024 memberikan pelajaran penting bahwa kombinasi komunikasi tatap muka, digital, dan kolaboratif mampu meningkatkan partisipasi pemilih secara signifikan. Peningkatan 4,22% di Kecamatan Buleleng merupakan capaian yang patut diapresiasi, sekaligus menjadi dasar bagi upaya penguatan demokrasi ke depan.

III. SIMPULAN

Rendahnya partisipasi pemilih pada Pemilu 2019 di Kecamatan Buleleng disebabkan oleh faktor internal seperti kurangnya pengetahuan pemilih, ketidakpercayaan terhadap sistem politik, dan rendahnya kesadaran politik. Faktor eksternal seperti pengaruh media sosial, tekanan sosial, dan informasi yang tidak akurat juga turut memperkuat kondisi tersebut.

KPU Buleleng menanggapi persoalan ini dengan menerapkan berbagai strategi komunikasi, seperti sosialisasi langsung melalui program KPU Go To School, kerja sama dengan organisasi kepemudaan, dan penyelenggaraan Expo Pemilu 2024. KPU juga memanfaatkan media sosial secara kreatif melalui program “Alarm Sura Sulu” untuk menyampaikan pesan-pesan penting secara menarik dan informatif.

Implementasi strategi ini berdampak positif terhadap peningkatan partisipasi pemilih, yang naik dari 70,64% pada Pemilu 2019 menjadi 74,86% pada Pemilu 2024. Masyarakat menanggapi strategi ini secara positif, meskipun tantangan masih ada dalam menjangkau kelompok pemilih di daerah terpencil, yang memerlukan strategi komunikasi yang lebih inklusif dan adaptif di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfitra, S., & Pulungan, A. A. (2022). *Peran media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik generasi milenial pada pemilu 2019 di Indonesia*. Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Komunikasi, 2(4), 1–12.
- Annur, C. M. (2023, 5 Juli). KPU: Pemilih Pemilu 2024 didominasi oleh kelompok Gen Z dan milenial. *Databoks Katadata*.
- Aprilia, C. R., & Azmi, A. (2021). Sosialisasi Pemilu Tahun 2019 Terhadap Pemilih Pemula oleh KPU Kabupaten Solok Selatan. *Journal of Civic Education*, 4(1), 32–38.
- Arniti, N. K. (2020). *Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014 di Kota Denpasar*. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, 4(2), 343–358.

- Bali Satu Data. (2023). Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap untuk Pemilihan Umum Tahun 2024 pada Provinsi Bali. <https://balisatudata.baliprov.go.id/laporan/rekapitulasi-daftar-pemilih-tetap-untuk-pemilihan-umum-tahun-2024-pada-provinsi-bali?year=2023>
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>
- Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young people, digital media, and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111–127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>
- Brady, H. E., Verba, S., & Schlozman, K. L. (1995). Beyond SES: A resource model of political participation. *American Political Science Review*, 89(2), 271–294. <https://doi.org/10.2307/2082425>
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi politik: Konsep, teori, dan strategi*. Rajawali Pers.
- Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Buleleng. (2019). *Rekapitulasi tingkat partisipasi pemilih pada Pemilihan Umum Tahun 2019 di Kabupaten Buleleng*. KPU Kabupaten Buleleng.
- Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Buleleng. (2024). *Rekapitulasi tingkat partisipasi pemilih pada Pemilihan Umum Tahun 2024 di Kabupaten Buleleng*. KPU Kabupaten Buleleng.
- Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. (2019). *Pemilu dalam angka Tahun 2019*. KPU Republik Indonesia.
- Lijphart, A. (1997). Unequal participation: Democracy's unresolved dilemma. *American Political Science Review*, 91(1), 1–14. <https://doi.org/10.2307/2952255>
- McClurg, S. D. (2003). Social networks and political participation: The role of social interaction in explaining political participation. *Political Research Quarterly*, 56(4), 449–464. <https://doi.org/10.1177/106591290305600407>
- Norris, P. (2004). *Electoral engineering: Voting rules and political behavior*. Cambridge University Press.
- Republik Indonesia. (2017). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 182.