

Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Ogan Komering Ulu Dalam Sosialisasi Pilkada Serentak Tahun 2020 Di Masa Pandemi Covid-19

Syahria Kirana¹, Raniasa Putra²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya
(*corresponding author*: syahriakrn@gmail.com)

¹Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya
(e-mail: raniaputra@fisip.unsri.ac.id)

ABSTRACT

The simultaneous Regional Elections (Pilkada) in 2020, held amidst the COVID-19 pandemic, had significant implications for the communication strategy of the Regional General Election Commission (KPU) of Ogan Komering Ulu (OKU) in conducting public outreach. The purpose of this outreach was to disseminate information about the election stages, increase public participation in the election, and ensure that the election was conducted safely without spreading the COVID-19 virus. Therefore, it is necessary to evaluate the strategy that has been implemented. Evaluation is the final stage of a communication strategy carried out by public relations practitioners. This study aims to evaluate the communication strategy of the KPU OKU in the socialization of the 2020 simultaneous regional elections during the COVID-19 pandemic. Data collection techniques included in-depth interviews, observations, and documentation. Using the PII (Preparations, Implementations, and Impact) public relations evaluation model proposed by Cutlip, Broom, and Center, the study found that the preparation stage was well-aligned with the planned concept and was carried out optimally. However, in the implementation stage, there were obstacles, such as a lack of human resources and control over message distribution, which impacted the effectiveness of the final outcomes, as the goals set earlier were not fully achieved.

Keywords: *Communication Strategy Evaluation, 2020 Simultaneous Regional Elections, COVID-19 Pandemic*

ABSTRAK

Pelaksanaan Pilkada Serentak tahun 2020 di tengah situasi pandemi COVID-19 berdampak pada strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Sosialisasi tersebut bertujuan untuk menyebarkan informasi mengenai tahapan Pilkada, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan, serta memastikan pelaksanaan Pilkada yang aman dari penyebaran virus COVID-19. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap strategi yang telah diterapkan. Evaluasi merupakan tahap akhir dari sebuah strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh praktisi Hubungan Masyarakat (Humas). Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi komunikasi KPU Kabupaten OKU dalam sosialisasi Pilkada Serentak 2020 di masa pandemi COVID-19. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Dengan menggunakan teori evaluasi Humas model PII (Preparations, Implementations, and Impact) yang dikemukakan oleh Cutlip, Broom, dan Center, penelitian ini menemukan bahwa pada tahap persiapan (preparations) sudah terdapat kesesuaian konsep perencanaan yang dilakukan secara maksimal. Namun, pada tahap pelaksanaan (implementations), terdapat hambatan berupa kurangnya sumber daya manusia (SDM) dan kontrol terhadap distribusi pesan, yang berdampak pada tahap dampak (impact) yang belum sepenuhnya mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kata Kunci: Evaluasi Strategi Komunikasi, Pilkada Serentak 2020, Pandemi Covid-19

PENDAHULUAN

Sejak diumumkan kasus positif Covid-19 secara resmi, pemerintah banyak melakukan penyesuaian kebijakan yang disubstitusikan dengan protokol kesehatan. Salah satunya adalah dengan memberlakukan Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2020 tentang pelaksanaan pemilihan Gubernur dan Wakil

Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota serentak lanjutan dalam kondisi bencana nonalam Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Peraturan tersebut berisi panduan mengenai pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) di setiap daerah yang menyelenggarakan pilkada pada

tahun 2020. Oleh karenanya, KPU Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) turut terikat pada peraturan ini menimbang bahwa Kabupaten OKU turut menyelenggarakan kegiatan pemilihan calon Bupati dan calon Wakil Bupati pada tanggal 9 Desember 2020 di Kabupaten OKU.

Pelaksanaan kegiatan Pilkada 2020 yang tetap diselenggarakan dalam keadaan pandemi covid-19 ini menimbulkan kecemasan bagi pemilih karena rentan akan resiko penyebaran virus covid-19. Kecemasan berpartisipasi diartikan sebagai bentuk ketidakberanian dan kerisauan tertapar virus covid-19 yang terjadi pada diri pemilih untuk terlibat pada kegiatan politik secara aktif untuk memilih seorang pemimpin dalam penyelenggaraan Pilkada 2020.

Dampak dari adanya kecemasan ini, dipaparkan melalui data yang telah didapat melalui survei yang dilakukan oleh Saiful Mujani *Research and Consulting* (SMRC) (2020). Secara berkala dimulai dari bulan September hingga November, SMRC melakukan survei dengan judul “Kesiapan Warga Mengikuti Pilkada di Masa Covid-19”. Responden dari survei ini adalah pemilih pada pilkada yang berusia di atas 17 tahun. Dari populasi pemilih nasional, dipilih secara acak sampel sebanyak 1.201 responden yang mewakili seluruh provinsi yang ikut serta dalam penyelenggaraan pilkada 2020. Hasil dari survei tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Alasan Tak Ikut Memilih dalam Pilkada 2020

No.	Alasan	Persentase
1	Takut tertular/ menularkan virus Corona	38%
2	Pilkada tidak penting	28%
3	Tidak ada calon yang meyakinkan	27%
4	Alasan lainnya	5%
5	Tidak tahu/menjawab	2%

Sumber: Saiful Mujani Reseach & Consulting (2020)

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel 1.2, sebanyak 38% responden dari penelitian ini menyatakan takut tertular dan menularkan virus corona sebagai alasan untuk tidak mengikuti Pilkada 2020. Angka ini merupakan persentase tertinggi jika dibandingkan dengan ragam alasan lainnya. Lebih lanjut, SMRC juga menyebutkan bahwa sebanyak 77% responden merasa khawatir tertular virus covid-19 pada pelaksanaan Pilkada 2020. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kecemasan masyarakat mengenai terpapar dan atau memaparkan virus covid-19 ini tinggi pada keikutsertaan dalam kegiatan Pilkada 2020 yang diselenggarakan di masa pandemi covid-19.

Temuan Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) Republik Indonesia dalam pernyataan persnya juga memberikan keterangan yang mengejutkan tentang partisipasi pemilih dalam pilkada (Suyatno, 2016). Bawaslu menyatakan bahwa meskipun pelaksanaan Pemilu/Pilkada sudah semakin demokratis, yakni ditandai dengan semakin transparannya proses (*predictable process*) dan hasilnya tidak bisa diprediksi (*unpredictable result*) tetapi dari pelaksanaan pemilu ke pemilu, partisipasi masyarakat cenderung menurun (Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia, 2015).

Setiap pelaksanaan kegiatan pilkada, erat kaitannya dengan penetapan target partisipasi pemilih. Partisipasi politik didefinisikan sebagai kegiatan ikut serta secara aktif dalam kancah politik dengan cara memilih pimpinan yang secara langsung maupun tak langsung memengaruhi kebijakan pemerintah (Budiardjo, 2015). Salah satu usaha yang dilakukan oleh KPU sebagai lembaga yang berkaitan dengan peningkatan jumlah partisipasi politik adalah dengan diadakannya program-program edukasi politik sebelum diselenggarakan kegiatan pemilihan. Program—program edukasi politik yang diselenggarakan dapat dikatakan sebagai bentuk strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk meraih

tujuan itu strategi komunikasi harus bisa menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam pengertian bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (Effendy, 2011),

Kegiatan evaluasi memiliki peran untuk menilai keberhasilan program-program yang telah diselenggarakan. Dalam kegiatan ini akan memungkinkan dijumpai gangguan-gangguan yang menghambat efektifitas suatu program komunikasi. Alasan lainnya adalah evaluasi dapat menjumpai informasi mengenai capaian-capaian dari sebuah program. Oleh karenanya, menjadi penting untuk melakukan evaluasi terhadap program strategi komunikasi dalam sosialisasi yang diselenggarakan oleh KPU Kabupaten OKU agar dapat diterapkan perbaikan-perbaikan di masa yang akan datang.

METODE

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis data yakni data kualitatif sebagai hasil dari wawancara mendalam yang dilakukan kepada subjek penelitian dan data kuantitatif yang didapatkan melalui observasi maupun dokumentasi yang diperlukan untuk mendukung maupun menguji validitas dari hasil wawancara mendalam. Dalam rangka mencapai tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui dan mengevaluasi pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten OKU dalam sosialisasi pilkada 2020, pendekatan kualitatif dipilih karena dapat menjabarkan secara terperinci secara kronologis data temuan yang menjadi bahan dalam menganalisis dan mengevaluasi. Evaluasi dilakukan dengan menjelaskan dan menganalisis temuan melalui data yang berupa kata-kata sehingga jenis penelitian ini adalah deskriptif. Sedangkan paradigma dari penelitian evaluatif ini adalah paradigma post-positivist, paradigma ini menganggap bahwa realitas seharusnya dipahami secara holistik dan kontekstual di mana antar bagian dari apa yang diteliti memiliki hubungan keterkaitan satu sama lain yang tidak terpisah antar bagiannya dan objek penelitian harus dapat diinterpretasikan sesuai dengan konteksnya.

Dalam penelitian ini, unit analisis datanya yakni program sosialisasi yang dirancang oleh KPU Kabupaten OKU, media sosial dan website KPU Kabupaten OKU, serta dokumen laporan kegiatan sosialisasi pilkada 2020 di KPU Kabupaten OKU.

Pada penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informannya. Berdasarkan rincian kriteria yang dirumuskan, maka terpilihlah dua orang informan kunci sebagai berikut.

1. Komisioner KPU OKU Divisi Sumber Daya Manusia dan Partisipasi Masyarakat.
2. Kepala Subbagian Teknis Penyelenggaraan dan Humas.

Dalam rangka melakukan validasi terhadap data yang diperoleh melalui informan kunci, maka peneliti memilih dua orang informan pendukung dengan rincian satu orang berjenis kelamin laki-laki dan yang lainnya berjenis kelamin perempuan. Keduanya yakni peserta dari kegiatan sosialisasi yang diselenggarakan oleh KPU Kabupaten OKU.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan wawancara kepada informan yang telah ditentukan sebelumnya, sedangkan pada penelitian ini, data sekunder yang digunakan adalah data-data berbentuk tabel, catatan, maupun data-data lain yang digunakan untuk memperkuat data primer yang telah dikumpulkan melalui informan dari instansi KPU Kabupaten OKU.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

- A. Wawancara, wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap para informan yang telah memenuhi kriteria yang telah dibuat.
- B. Observasi, observasi dilakukan selama masa sosialisasi Pilkada 2020 di Kabupaten OKU dilaksanakan. Observasi dilakukan dengan mendokumentasikan beberapa media luar ruangan dan mengamati pelaksanaan pilkada 2020 di beberapa Tempat Pemilihan Suara (TPS) di Kabupaten OKU.

C. Dokumentasi, untuk mendapatkan data informasi publik dan arsip-arsip yang diperlukan dari KPU Kabupaten OKU yang relevan untuk menganalisis penelitian ini. literatur resmi yang digunakan adalah yang relevan dengan penelitian ini guna memperkuat dan memperkaya informasi yang didapatkan.

Untuk memastikan kebenaran data yang diperoleh dari masing-masing sumber data, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara mendalam dengan informan-informan yang telah ditentukan sebelumnya, selain itu juga akan disertai dengan penguatan melalui hasil observasi dan studi dokumentasi.

Dalam menganalisis data, Teknik analisis data yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah model dari Miles, Huberman dan Saldana (2014), yaitu analisis data dalam penelitian kualitatif didapatkan secara interaktif dan akan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas melalui tiga tahap yakni kondensasi data, penyajian data, lalu terakhir penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam rangka penyelenggaraan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Ogan Komering Ulu Tahun 2020 perlu penyampaian informasi berupa sosialisasi yang dilaksanakan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Ogan Komering Ulu (KPU Kabupaten OKU) menyangkut tahapan-tahapan penyelenggaraan kepada masyarakat sehingga dapat menjawab apa yang menjadi hak dan kewajiban warga negara dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, khususnya menunaikan kewajiban untuk menggunakan hak sebagai peran serta dalam menentukan Bupati dan Wakil Bupati Ogan Komering Ulu. Sosialisasi merupakan salah satu program kegiatan yang dilakukan oleh KPU sebelum hari pelaksanaan pemilihan. Biasanya, kegiatan sosialisasi sudah semarak dilakukan sedari awal rangkaian kegiatan setelah rancangan pendanaan dibuat.

Pada pilkada serentak 2020 lalu,

sosialisasi telah dimulai sejak november 2019. Adanya pandemi covid-19 ini membuat pilkada yang diselenggarakan pada tanggal 9 Desember 2020 menjadi berbeda dengan yang telah terselenggara sebelumnya. Situasi pandemi covid-19 menuntut pihak penyelenggara melakukan banyak penyesuaian. Penyesuaian ini dilakukan tidak hanya pada saat hari pelaksanaan namun juga sudah dilakukan pada saat dilakukannya berbagai kegiatan sosialisasi.

Tatatan pencegahan penyebaran infeksi virus covid-19 ini adalah dengan dianjurkannya pemakaian masker, mencuci tangan dengan menggunakan sabun, serta menghindari kerumunan. Dengan demikian, KPU Kabupaten OKU menerapkan anjuran-anjuran tersebut dalam setiap pelaksanaan kegiatan sosialisasi. Selain itu, bentuk penyesuaian yang dilakukan dalam melakukan sosialisasi juga terdapat pada rancangan kegiatan yang disesuaikan dengan kebijakan yang berlaku untuk menghindari kerumunan.

Untuk memudahkan analisis data, akan dielaborasi dengan bantuan teori yakni Model PII (*Preparations, Implementations and Impact*) yang dikemukakan oleh Cutlip, Broom and Center (2013). Oleh karena itu, pembahasan pada bab ini akan memunculkan evaluasi atas ketercapaian pada tahap persiapan (*preparations*), ketercapaian pada tahap penerapan (*implementations*) dan ketercapaian pada tahap dampak (*impact*).

Tahap Persiapan (*Preparations*)

Tahap *preparation* merupakan hal pertama kali dilakukan dalam melakukan persiapan sebuah program yang akan diselenggarakan oleh sebuah organisasi. Menurut Cutlip and Broom and Center (2013) evaluasi pada tahapan persiapan dilakukan dalam rangka menilai kualitas dan kecukupan informasi yang dikumpulkan dan bagaimana perencanaan terhadap rancangan program tersebut. Dengan kata lain, tahapan *preparation* ini adalah langkah paling awal dalam merencanakan sebuah program strategi komunikasi yang kemudian akan dijadikan landasan utama untuk melanjutkan tahap implementasi.



Langkah pertama yang dilakukan pada tahapan ini adalah kecukupan riset latar belakang, langkah ini digunakan untuk merencanakan sebuah program dengan menilai kecukupan pengumpulan informasi dan penelitian dalam fase persiapan. Langkah kedua, evaluasi difokuskan dengan mengkaji ketepatan program dan isi pesan serta strategi dan taktik pesan yang digunakan. Selanjutnya, evaluasi akhir dari tahap persiapan ini dilakukan dengan mengevaluasi kualitas dari presentasi dari pesan yang telah dirancang sebelumnya.

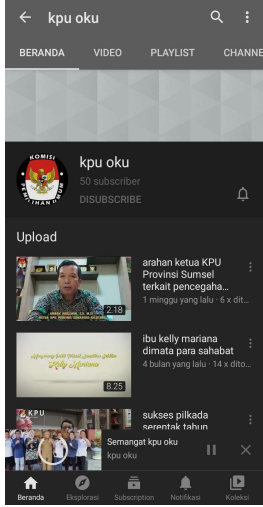

Kegiatan Sosialisasi Penyelenggaraan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati OKU Tahun 2020 yang dilaksanakan oleh KPU Kabupaten OKU menggunakan beberapa metode sosialisasi agar pesan-pesan dalam rangka mensukseskan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati OKU Tahun 2020 dapat dijangkau oleh seluruh segmen masyarakat Ogan Komering Ulu.

1. Metode Komunikasi Tatap Muka, Kegiatan sosialisasi dengan metode tatap muka yang dilaksanakan oleh KPU Kabupaten OKU mulai tahun 2019 sampai dengan Tahun 2020. Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan sosialisai ini terbagi menjadi dua, pertama pada saat sebelum keadaan pandemi dan setelah keadaan pandemi.
2. Metode Komunikasi melalui Media Massa, Kegiatan sosialisasi KPU Kabupaten OKU dengan menggunakan Media Elektronik juga dilakukan dengan melibatkan media massa koran, media online, media Elektronik televisi dan radio berupa Talkshow dan spot iklan. Untuk Spot Iklan Radio KPU Kabupaten OKU bekerja sama dengan tiga radio lokal yaitu Radio Sukses, Radio El-John dan Baturaja Radio.
3. Metode Media Luar Ruangan, KPU Kabupaten OKU juga menyebar luaskan informasi tahapan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati OKU Tahun 2020 melalui Pemasangan Alat Peraga Sosialisasi berupa Baliho dan Spanduk.

4. Metode Komunikasi melalui Media Sosial dan Website, Selain ketiga cara yang telah disebutkan sebelumnya, KPU Kabupaten OKU juga melakukan sosialisasi mengenai penyelenggaraan pilkada melalui beragam media sosial dan website. Adapun media sosial yang digunakan di antaranya adalah Instagram, Facebook, dan Youtube serta terdapat pula Website resmi yang dikelola sebagai media menyebarkan informasi dan pemberitaan atau rilis terkait informasi-informasi dalam penyelenggaraan pemilihan.

Tabel 2. Tampilan Akun Media Sosial dan Website

Jenis Media Sosial	Nama Pengguna	Keterangan
instagram	@kpu_oku	 <p>Sumber: instagram.com/kpu_oku diakses pada 17 Juni 2021</p>
Facebook	KPU Kab OKU	 <p>Sumber: Facebook.com/KpuKabOku diakses pada 17 Juni 2021</p>

Jenis Media Sosial	Nama Pengguna	Keterangan
YouTube	Kpu oku	 <p>Sumber: youtube.com/kpu_oku diakses pada 17 Juni 2021</p>
Website	Kpu-okukab.com	 <p>Sumber: Kpu-Okukab.com diakses pada 17 Juni 2021</p>

Sumber: Diolah oleh Peneliti

Untuk beberapa kegiatan tatap muka yang telah terlanjur berkontrak dengan event organizer, maka kegiatan tetap dilaksanakan tetapi dilakukan penyesuaian jumlah peserta acara. Hal ini diselenggarakan sudah berdasarkan Surat Edaran No 4 Tahun 2020 Tentang Panduan Tindak Lanjut Pencegahan Penularan Infeksi Covid-19 di lingkungan Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Provinsi/Komisi Pemilihan Aceh dan Komisi Pemilihan Umum/Komisi Independen Pemilihan Kabupaten/Kota. Kutipan wawancara yang telah dilakukan dengan dua

orang informan kunci, diperoleh data sebagai berikut.

“Sosialisasi, kalau yang kemarin itu sempat di awal kan belum ada pandemi kita tetap tatap muka setelah ada pandemi dan sempat break selama kurang lebih dua bulan akhirnya banyak menggunakan media, terpaksa. Sebelum pandemi, sosialisasi dimulai sejak 2019, secara tatap muka.” (Informan 1, pada 7 Juni 2021)

“Saat belum pandemi, masih dilakukan tatap muka dengan audiens, nah setelah di 2020 itu perkiraan kurang lebih bulan dua atau bulan tiga kalau tidak salah itu kan sedang gencar-gencarnya covid kan. Sempat break, akhirnya kami musyawarah, rapat dengan hasil bahwa sosialisasi akan digencarkan melalui media. ada beberapa yang kami rancang ulang. Contoh kami ada kegiatan launching, bulan 9 itu ada diskusi politik samo tribun yang ngajarkan ketua KPU Provinsi sama dari KPU RI. Waktu itu kita sudah berkontrak samo EO nya nih sudah apa sudah press release untuk stop dulu. Nanti kita lanjutkan tunggu ada arahan. cuma karena kita sudah berkontrak tidak bisa putus itu. Konsepnya kita ubah menyesuaikan pandemi. cuma sebatas itu, tidak mengubah seluruh, tidak membatalkan. Jadi cak diskusi politik itu agenda sampe 200 orang, ini jadinya hanya 50 orang dalam ruangan. Yang dari KPU RI juga virtual.” (Informan 2, 2 Juni 2021).

Berdasarkan keterangan tersebut, keduanya memiliki kesamaan jawaban bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan di masa pandemi banyak menggunakan peran media. Namun demikian, tetap ada kegiatan sosialisasi tatap muka. Kegiatan sosialisasi tatap muka yang diselenggarakan oleh KPU Kabupaten OKU pada pilkada 2020 lalu terdiri dari tiga kegiatan yang dilakukan sebelum pandemi dan enam kegiatan yang dilakukan pada saat pandemi. Berikut rincian kegiatan-kegiatan tersebut.

Tabel 3. Kegiatan Sosialisasi Pilkada Serentak 2020 KPU Kabupaten OKU

Sebelum Pandemi Covid-19	Setelah Pandemi Covid-19
1. Sosialisasi Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula	1. Sosialisasi NGOPI (Ngobrol Pilkada) yang diadakan sebanyak empat kali di beberapa tempat dan waktu yang berbeda dengan audiens yang berbeda pula
2. Sosialisasi Rumah Pintar Pemilu	2. Sosialisasi Lanjutan (<i>Car Free day</i>)
3. Sosialisasi Bersama Pemilih Muda ditindaklanjuti dengan Nonton Bareng	3. Sosialisasi Mobil Keliling
	4. Caffe Morning bersama Insan Pers/ <i>Media Caffe Morning</i>
	5. <i>Launching</i> Pilkada
	6. Diskusi Politik

Sumber: Diolah oleh Peneliti

Tahap Pelaksanaan (*Implementations*)

Pelaksanaan merupakan aktualisasi dari tahap perencanaan. Tahap ini juga dapat dikatakan sebagai tindak lanjut dari apa yang telah direncanakan, sehingga proses evaluasinya pun saling terhubung dengan tahap perencanaan atau tahap *preparations*. Cutlip, Broom dan Center (2013) menjelaskan bahwa terdapat beberapa hal yang akan dievaluasi, dimulai dari menentukan isi pesan dan bagaimana penempatannya, hingga melakukan evaluasi terhadap jumlah pesan yang dikirimkan, pesan yang diterima oleh audiens, termasuk pula mengenai jumlah audiens terpapar pesan dan audiens yang memberi perhatian terhadap pesan yang telah disebarkan.

Tahapan tersebut dimulai dari langkah pertama yaitu melihat dan mencatat jumlah pesan yang akan didistribusikan. Langkah ini adalah dokumentasi langsung terhadap berapa banyak surat, news release, berita, publikasi, pengumuman publik, dan komunikasi lainnya yang telah dihasilkan dan didistribusikan. Langkah ini merupakan rekam jejak atau sebuah dokumentasi semua materi dan

aktivitas yang telah diproduksi dan dihasilkan. Dalam tahap implementasi inilah peneliti mengevaluasi efektifitas semua data-data yang berkaitan dengan pesan-pesan yang disebarkan. Dengan kata lain, pada tahapan ini, evaluasi dititikberatkan terhadap pesan yang telah dipublikasikan. Untuk itu, Broom dan Sha (2012) menyatakan bahwa pada tahap ini, catatan pelaksanaan program sangat penting keberadaannya karena tanpa dokumentasi dan evaluasi yang lengkap dari tahap implementasi program, praktisi tidak dapat melacak apa yang benar atau salah, dan mengapa.

Dalam tahapan implementasi ada beberapa hal yang harus diperhatikan.

a. Distribusi Pesan

Cutlip, Broom and Center (2013) menyebutkan fase ini dimulai dengan mencatat jumlah pesan yang didistribusikan. Langkah ini merupakan dokumentasi langsung dari jumlah surat, rilis berita, cerita fitur, publikasi, iklan layanan masyarakat, pembaruan halaman situs web, dan komunikasi lain yang diproduksi dan didistribusikan. Ini juga mencakup jumlah pidato, penampilan siaran, presentasi audiovisual, dan pameran yang digunakan dalam program.

b. Penempatan Pesan

Penilaian terhadap penempatan pesan pada sosialisasi KPU Kabupaten OKU ini dilakukan dengan mengevaluasi publisitas media berdasarkan tempat, keterkenalan, isu dan pesan dan termasuk juga tampilan visualnya. Untuk materi-materi pesan yang disampaikan kepada media, pesan ditempatkan sesuai kontrak yang sudah disepakati. Bahan dari pesan yang didistribusikan sudah terlebih dahulu dibuat oleh KPU Kabupaten OKU, sehingga isi dan pesan yang tersampaikan juga mengacu pada isi pesan yang telah disebutkan pada evaluasi tahap isi pesan sehingga media yang melakukan publikasi pun hanya menggunggah ulang materi dari KPU Kabupaten OKU seperti pada gambar di bawah.



Gambar 1. Pesan yang Didistribusikan oleh KPU Kab OKU

Sumber: Instagram KPU OKU

c. Audiens Potensial

Langkah selanjutnya dalam melakukan evaluasi terhadap strategi komunikasi adalah dengan menentukan jumlah audiens potensial dari strategi komunikasi yang dilaksanakan. Pada Pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten OKU yang dilaksanakan oleh KPU Kabupaten OKU, terlebih dahulu menentukan jumlah mata pilih atau jumlah masyarakat yang sudah memiliki hak untuk menggunakan suaranya pada pemilihan.

Dengan demikian, KPU Kabupaten OKU menetapkan bahwa audiens potensial dari kegiatan sosialisasi yang dilakukan dengan melibatkan media adalah keseluruhan dari semua masyarakat Kabupaten OKU yang telah memiliki hak dalam pemilihan tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan narasumber pertama yakni informan kunci 1 yang menyebutkan:

“Target audiensnya seluruh masyarakat OKU. Media itu hanya perpanjangan tangan informasi saja. Bukan target audiensnya. Karena di masa pandemi kan tidak bisa mengadakan acara di suatu kecamatan, di gedung keseniannya misalnya, karena protokol kesehatan kan tidak bisa mengumpulkan orang. Kalau seperti Ngopi (Ngobrol Pilkada) itu kan hanya sedikit, hanya 30 orang. Di luar panitia.”

Dari kutipan wawancara tersebut disimpulkan bahwa rekan-rekan media tidak dijadikan audiens potensial hanya saja dijadikan perpanjangan tangan penyebaran informasi

dari KPU Kabupaten OKU sehingga dapat menjangkau cakupan yang lebih luas. Sedangkan yang menjadi target audiensnya tetap seluruh masyarakat OKU. Pernyataan ini kemudian dilengkapi oleh informan kunci 2 yang menyatakan:

“Seluruh masyarakat, yang sudah memiliki hak pilih. Tapi kalau dulu sebelum pandemi kami juga yang belum punya hak pilih pun kami ajak. Itu perlu dilakukan, sosialisasi itu tidak harus untuk mereka yang sudah punya hak pilih. Masyarakat yang belum punya hak pilih pun boleh kita sosialisasikan. Kan nantinya mereka akan memilih, pendidikan politik pemula. Tapi karena pilkada ini persiapannya singkat, sehingga difokuskan sosialisasi ini ke pemilih dan calon pemilih. Pertama kali kegiatan kita itu di Baturaja, kegiatan PMR, jadi kita berbarengan. Itu di 2019”

Melalui kedua kutipan wawancara di atas, diperoleh data bahwa audiens potensial yang ditetapkan oleh KPU Kabupaten OKU dalam melakukan sosialisasi mengenai Pilkada Serentak tahun 2020 ini adalah keseluruhan masyarakat yang telah memiliki hak pilih.

Tahapan Dampak (Impact)

Tahapan *impact* merupakan tahapan akhir yang dievaluasi. Kegiatan evaluasi pada tahap *impact* berarti mengevaluasi tujuan utama dari program itu sendiri apakah tercapai atau tidak. Selain itu juga ditujukan untuk mengukur sudah sejauh mana dampak dari program tersebut. Dikatakan mengukur, karena pada tahap ini evaluasi yang dilakukan difokuskan pada data-data yang terukur berdasarkan angka. Oleh karenanya, evaluasi tahap *impact* akan mengukur jumlah dari audiens yang memperoleh pengetahuan hingga bagaimana perubahan sosial yang terjadi.

Langkah pertama dengan pengukuran jumlah orang yang mengetahui isi pesan. Strategi komunikasi ditujukan untuk menyampaikan informasi dalam rangka meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan pemahaman kepada sasaran audiens yang telah ditentukan. Adanya peningkatan dalam

perolehan pengetahuan akan mempengaruhi audiens dalam penentuan sikapnya. Selanjutnya dilakukan dengan melakukan pengukuran terhadap jumlah audiens yang mengalami perubahan sikap, tindakan hingga perubahan dalam kehidupan sosial dan budaya.

Pada strategi komunikasi yang dilakukan KPU Kabupaten OKU dalam melakukan sosialisasi Pilkada Serentak Tahun 2020 ini, dampak terhadap sosialisasi yang dilakukan diukur dari seberapa banyak masyarakat yang menggunakan hak suaranya pada saat hari pelaksanaan pemilihan. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan kunci 2 yang berdasarkan keterangan dari informan kunci 2 tersebut, dapat disimpulkan bahwa KPU Kabupaten OKU tidak melakukan pengukuran terhadap masing-masing kegiatan sosialisasi secara lebih lanjut. Justru keberhasilan dari kegiatan sosialisasi ini ditumpukan hanya pada angka partisipasi yang diraih ketika hari pemilihan tiba. Berdasarkan data yang telah dipaparkan jumlah masyarakat yang datang dan memberikan hak suaranya secara sah adalah sejumlah 185.122 orang dengan persentase pemilihnya adalah 71%. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten OKU tidak dapat mencapai target dan tujuan awal yang dilakukan pada tahapan persiapan.

Broom and Sha (2012) mengungkapkan bahwa sebagian besar suatu kegiatan strategi komunikasi dilakukan untuk berusaha mengkomunikasikan informasi yang mampu meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan pemahaman di antara publik sasaran internal dan eksternal. Meningkatkan pengetahuan seringkali penting untuk meningkatkan minat atau motivasi mereka, suatu urutan yang mengarah pada tindakan. Untuk itu, peneliti melakukan wawancara mengenai pengetahuan yang didapat dan bagaimana isi dan dampak kegiatan tersebut kepada dua orang peserta salah satu kegiatan sosialisasi tatap muka yang dilakukan KPU Kabupaten OKU, dan didapatkan hasil seperti berikut.

“Ya tentang cara pemilihan itu gimana saat di TPS, selain itu kan kita kemarin itu melawan kotak kosong kan, cuma satu paslon. Harus tetap mengikuti pemilihan, jangan sampai golput, sama diajarkan gimana pemilihan ketika di masa pandemi. Beda kan, ada pakai sarung tangan plastik gitu, tintanya tidak dicelup tapi ditetes. Kurang lebih gitu sih, selebihnya ngobrol, diskusi-diskusi tentang pemilihan gitu itu sih inti sosialisasinya (Informan Pendukung 1, pada 8 Juni 2021)

“Pertama kali itu bahas itu, yang masalah itu tu ga salah pelaksanaan ini diundur ato tetep. karna kan kemarin ini ada wacana katanya ternyata tetep dilaksanakan di tanggal 7 atau 8 kemarin kalo ga salah. tetep dipaksa dilaksanain pemungutan suara. nah itu yang proses pertama tu. terus yang narasumbernya itu ada dari polpres, bawaslu, KPU, sama dari pengamat politik di oku satu orang, pak hendra alani. Pokoknya itu titik beratnya kemarin itu ke arah tetep dilaksanain ini, terus teknis kotak kosong, itu kan belum ketauan kalo kotak kosong. cuman gimana kalo teknisnya nanti kalo cuma satu orang, kan masa pandemi, terus gimana kalo misalnya tetep dilaksanakan dengan kondisi yang saat itu. Kalo kedua itu udah maju calonnya, terus masalah teknis di lapangan, kaya tps gitu gimana caranya, nyoblos dan segala macam. kaya gitu si kemarin sosialisasinya (Informan Pendukung II, pada 21 Juni 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilakukan KPU Kabupaten OKU pada salah satu kegiatan tatap mukanya sudah dapat mencapai salah satu tujuan yang dirancang pada tahap persiapan yakni memberi wawasan dan menyebarkan informasi mengenai tata cara pemilihan, dengan demikian walaupun jumlah dari audiens yang mendapatkan pengetahuan tidak bisa dilakukan karena kekurangan data dari pihak instansi, paling tidak dengan kutipan wawancara di atas, dapat memberikan gambaran bahwa audiens dari kegiatan

sosialisasi tersebut mendapatkan pengetahuan mengenai tata cara pemilihan.

“Tanpa ada sosialisasi itu sebenarnya udah mau milih sih, jadi tidak terlalu ngefek kalau ke Cindy pribadi, ga tau kalau ke kawan-kawan lain. Tapi untuk tata cara pemilihan baru tau melalui kegiatan itu. Ada lah dampaknya, jadi tau cara memilih.” (Informan Pendukung 1, 8 Juni 2020).

“Pasti khawatir soalnya covid ini kan orang ga bisa libat cuma nyata hasilnya. itukan mengumpulkan massa datang untuk ke tps kalo kemarin bakal ada gejala peningkatan yang terdampak covid tadi sebenarnya. Kemarin tu ada pertanyaan tentang pelaksanaan ini mana yang lebih penting, kontestasi politik ini atau dampak kesehatannya bagi masyarakat oku. terus juga masalah teknis pelaksanaan. bisa ga kalo pelaksanaan itu secara daring, kan ada yang pernah melaksanakan secara online, di amerika tapi. terus ternyata KPU sininya yang ga menyanggupi kalo metodenya dirubah. cuman kalo mereka kemarin kaya membatasi, misalnya dijadwal, dijadikan jadi beberapa sesi. itu solusinya.” (Informan II, 21 Juni 2020).

Melalui kutipan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten OKU tidak cukup untuk menimbulkan perubahan pilihan terhadap dua informan pendukung yang telah diwawancarai. Sehingga dengan demikian, dampak yang signifikan yang dirasakan oleh peserta sosialisasi merupakan perolehan pengetahuan mengenai tata cara dalam pelaksanaan pilkada saja. Sedangkan untuk dampak strategi sosialisasi pada sosialisasi pilkada yang dilakukan oleh KPU Kabupaten OKU, seperti kutipan wawancara di atas, bagi narasumber tidak terlalu berpengaruh dalam mengubah opini dan tindakan, pernyataan ini dilatarbelakangi juga karena narasumber sedari awal memang telah memiliki kesadaran untuk berpartisipasi dalam pemilihan, sehingga sosialisasi hanya berpengaruh pada penambahan wawasan saja.

Penelitian terkait strategi komunikasi yang dilakukan oleh sebuah organisasi di masa pandemi covid-19 telah banyak dilakukan. Beberapa diantaranya adalah “Strategi Komunikasi Humas Jawa Barat Pada Masa Pandemi Covid-19” (Novianti et al., 2020) dan “Strategi Komunikasi KPID Jawa Timur Dalam Pencegahan Penyebaran Wabah Corona” (Putri & Retpitasi, 2020). Hasil dari kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media sebagai sarana penyebaran informasi merupakan hal yang paling lumrah dilakukan. Hal ini sejalan dengan temuan peneliti mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten OKU dalam sosialisasi pilkada serentak tahun 2020. Selain pemanfaatan media, terdapat peran kepala daerah atau pihak yang memiliki wewenang untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat sehingga menimbulkan citra yang positif baik kepada organisasi maupun program yang sedang diselenggarakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dijabarkan, kegiatan strategi komunikasi pada sosialisasi pilkada serentak tahun 2020 yang dilaksanakan oleh KPU Kabupaten OKU di masa pandemi ini mengalami penyesuaian dengan situasi pandemi dengan secara maksimal mengelaborasi setiap kegiatan dengan protokol kesehatan. Dengan demikian, berdasarkan analisa yang telah dilakukan dengan dielaborasi menggunakan model evaluasi PR yang dikemukakan oleh Cutlip, Broom dan Center yakni Model PII (*Preparations, Implementations and Impact*), diperoleh simpulan bahwa strategi komunikasi pada sosialisasi Pilkada Serentak 2020 di KPU Kabupaten OKU telah sesuai dengan teori pada dimensi evaluasi tahap persiapan dan tahap pelaksanaan, namun belum sesuai pada tahap evaluasi tahap dampak.

Strategi komunikasi pada sosialisasi oleh KPU Kabupaten OKU dipersiapkan dengan cukup baik dengan publikasi yang ditekankan melalui media dan tetap dilaksanakan sosialisasi-sosialisasi tatap muka terbatas dengan protokol kesehatan, namun

pada tahap pelaksanaan terdapat hambatan-hambatan berupa kekurangan SDM dan kekurangan evaluasi terhadap distribusi pesan sehingga pada tahap dampak belum tercapainya tujuan yang direncanakan berupa partisipasi pemilih yang dihasilkan masih kurang dari targetnya.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia. (2015). *Pilkada Semakin Demokratis Tapi Partisipasi Cenderung Menurun*. Bawaslu Republik Indonesia. <http://bawaslu.go.id/id/berita/pilkada-semakin-demokratis-tapi-partisipasi-cenderung-menurun>

Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2012). *Cutlip and Center's Effective Public Relations*. Pearson.

Budiardjo, M. (2015). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Prima Grafika.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson.

Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Rosdakarya.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed). SAGE Publications.

Novianti, E., Nugraha, A. R., & Sjoraid, D. F. (2020). Strategi Komunikasi Humas Jawa Barat Pada Masa Pandemi Covid-19. *Media Bina Ilmiah*, 15(3), 4195–4200. <https://doi.org/https://doi.org/10.33758/mbi.v15i3.735>

Putri, A. R., & Retpitasaki, E. (2020). Strategi Komunikasi KPID Jawa Timur Dalam Pencegahan Penyebaran Wabah Corona. *KOMUNIKE : Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(2), 146–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2662>

Saiful Mujani Research & Consulting. (2020). *Kesiapan Warga Mengikuti Pilkada di Masa Covid-19*. Saiful Mujani Research & Consulting. <https://saifulmujani.com/kesiapan-warga-mengikuti-pilkada-di-masa-covid-19/>

Suyatno. (2016). Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) dan Tantangan Demokrasi Lokal di Indonesia. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science*, 1(2), 212–230. <https://doi.org/10.15294/jpi.v1i2.6586>