

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi merupakan proses penyampain informasi (pesan, ide gagasan) dari suatu pihak ke pihak lain. Dengan komunikasi seseorang dapat mengakses informasi dan bertukar informasi dengan orang lain. Komunikasi dapat merubah dan mengembangkan kepribadian dan lingkungan seseorang. Karena pemahaman dan pengetahuan komunikasi dapat disebar luaskan kepada semua orang. Sehingga tanpa komunikasi seseorang akan ketinggalan informasi dan pengetahuan yang dapat menghambat kemajuan (Aziz, 2023)

Tidak hanya individu saja sekelompok orang menjadikan komunikasi sebagai kebutuhan dasar dan pokok untuk bertahan hidup. Dalam sebuah kelompok atau organisasi dibutuhkan yang namanya komunikasi publik untuk penyampaian informasi kepada khalayak yang besar. Menurut Cangara (Mucharam, 2022) komunikasi publik menunjukan suatu proses komunikasi dimana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar. Komunikasi publik digunakan untuk menyampaikan informasi kepada orang banyak tidak hanya melalui tatap muka secara langsung, namun komunikasi publik juga dapat disampaikan melalui media. Tujuan ini agar sebuah organisasi atau instansi dapat memberikan informasi kepada khalayak publik seperti pada instansi Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Sebagai penyelenggara pemilu, KPU mengupayakan penyampaian pesan atau informasi ke pemilu yang penting untuk diketahui penyelenggara pemilu, peserta pemilu, pemilih atau pihak lain, agar tujuan penyelenggaraan pemilu dapat tercapai (Z. R. Rahayu, 2024). Dengan tugas dan kewajiban tersebut komunikasi yang baik menjadi kunci kesuksesan KPU dalam menjalankan tugasnya. Melalui komunikasi yang baik sosialisasi yang dilakukan baik secara *face to face* atau bermedia kemungkinan besar akan diterima dan dilakukan oleh masyarakat sebagai pemilih.

Pada pemilu tahun 2024, partisipasi pemilih pemula sangat tinggi dan mampu menyukseskan pemilu tahun 2024. Dalam hal ini yang dikatakan pemilih pemula atau generasi Z adalah seorang pelajar, mahasiswa atau pemilih dengan rentang usia 17 sampai 21 tahun (Gede, 2022). Pemilih pemula pada pemilu tahun 2024 ini memiliki perilaku antusiasme tinggi, *relative* lebih rasional, haus akan perubahan dan tipis akan kadar polusi *pragmatisme*. Dalam hal ini informasi yang disebarakan dapat merubah pendapat dan sikap agar pemilih pemula tidak apatis, cuek dan kurangnya partisipasi pada pemilu sehingga pemilih pemula lebih peduli terhadap politik untuk menggunakan hak suara mereka.

Berdasarkan wawancara awal oleh Mela Khairani Harahap sub bagian Data dan Informasi KPU Kota Tebing Tinggi bahwasannya pemilih pemula memiliki jumlah suara yang cukup tinggi dalam menyongsong dan menyukseskan pemilu tahun 2024 dengan tercatat 9,97% dari DPT Kota Tebing Tinggi atau sekitar 12762 pemilih dari 128013 pemilih keseluruhan membuat suara mereka sangat dibutuhkan dan berpengaruh sangat signifikan akan hasil pemilu. Perbandingan antara jumlah suara pemilih pemula pada pemilu tahun 2019 yaitu 9,5% atau sekitar 9.821 pemilih pemula yang artinya jumlah pemilih pemula pemilu tahun 2019 dengan pemilu

2024 meningkat. Maka melalui jumlah suara yang tinggi membuat pemilih pemula sangat mudah dipengaruhi oleh kepentingan-kepentingan tertentu, terutama oleh orang terdekat seperti anggota keluarga, mulai dari orang tua hingga kerabat dan teman-teman.

Komunikasi menjadi faktor penting bagi KPU Kota Tebing Tinggi untuk terus meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam pemilihan umum. Hal ini tentu saja membutuhkan komunikasi yang baik yang harus dibangun dan dilakukan oleh KPU Kota Tebing Tinggi dalam melakukan penyebaran informasi publik kepada para pemilih pemula melalui pendidikan politik dan sosialisasi. Dalam hal ini, KPU Kota Tebing Tinggi melakukan informasi publik dengan menggunakan model komunikasi persuasif dimana KPU Kota Tebing Tinggi akan mempengaruhi sikap, keyakinan dan perilaku pemilih pemula dalam menggunakan hak suaranya.

KPU Kota Tebing Tinggi melakukan sosialisasi yang dinamakan *Goes to School*, dan *Goes to Campus* untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula pemilu tahun 2024. Dilakukannya penyebaran informasi publik tersebut agar pemilih pemula memiliki pengetahuan pendidikan politik serta menggunakan hak pilihnya dengan cerdas sesuai hati nuraninya.

Pada saat melakukan sosialisasi ke kampus di Kota Tebing Tinggi, KPU Kota Tebing Tinggi melakukan Nonton Film bersama berjudul “Kejarlah Janji”. Hal ini menjadi salah satu strategi komunikasi publik KPU Kota Tebing Tinggi agar pemilih pemula generasi Z dapat membangun kesadaran untuk menciptakan pemilu sebagai sarana integrasi bangsa, mengajak pemilih menggunakan hak pilihnya dengan bijak, serta membangun sikap toleransi. Dengan melaksanakan program

sosialisasi KPU Kota Tebing Tinggi menjadi salah satu strategi komunikasi sehingga yang disampaikan mudah di pahami oleh generasi Z. Melalui strategi komunikasi publik yang tepat ini, generasi Z akan lebih terbuka dan memahami tentang pentingnya peran mereka dalam menentukan nasib bangsa.

Sehingga dari penjelasan di atas maka penting bagi KPU Kota Tebing Tinggi menggunakan strategi komunikasi publik untuk mesukseskan pemilu melalui peningkatan partisipasi pemilih pemula dalam pemilu. Berdasarkan hal ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Komunikasi Publik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Tebing Tinggi Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu Tahun 2024”**.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Adapun yang menjadi fokus penelitian ini adalah strategi komunikasi publik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Tebing Tinggi dalam meningkatkan partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilu tahun 2024 secara *face to face* yang berfokus pada pemilihan presiden dan wakil presiden.

## **1.3. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimanakah strategi komunikasi publik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Tebing Tinggi dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada pemilu tahun 2024?
2. Apa saja yang menjadi hambatan strategi komunikasi publik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Tebing Tinggi dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada pemilu tahun 2024?

## **2.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi publik komisi pemilihan umum (KPU) Kota Tebing Tinggi dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada pemilu tahun 2024.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk semua pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang studi ilmu komunikasi.
2. Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai komunikasi publik Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada pemilu tahun 2024.

### **1.5.2. Manfaat Praktis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting khususnya bagi generasi Z dan KPU Kota Tebing Tinggi dalam meningkatkan partisipasi pada pemilu tahun 2024.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pada Mahasiswa/I komunikasi dalam memahami komunikasi publik KPU dalam meningkatkan partisipasi generasi Z pada pemilu tahun 2024.