

Strategi Komunikasi Politik Komisi Pemilihan Umum (Kpu) Kota Ambon Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih (Studi Pada Pemilu Kota Ambon Tahun 2024)

Roynaldo Samuel Noya¹⁾, *Ani Martini²⁾

^{1), 2)} Program Studi Politik Indonesia Terapan, Fakultas Politik Pemerintahan,
Institut Pemerintahan Dalam Negeri, Indonesia

*E-mail Korespondensi: animartini@ipdn.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi politik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Ambon dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilihan Umum, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat pelaksanaannya. Latar belakang penelitian berangkat dari data KPU yang menunjukkan adanya kecenderungan penurunan partisipasi pemilih di beberapa wilayah, termasuk di Kota Ambon, misalnya pada Pemilu Presiden 2024 yang turun sekitar 0,43 persen dibandingkan tahun 2019. Kondisi ini menuntut KPU untuk merumuskan strategi komunikasi politik yang lebih kreatif, inklusif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi dan karakter pemilih, khususnya pemilih muda. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan komisioner dan staf KPU, tokoh masyarakat, serta pemilih, serta studi dokumentasi terhadap data partisipasi pemilih dan dokumen resmi KPU Kota Ambon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPU Kota Ambon menerapkan kombinasi strategi komunikasi tatap muka, pemanfaatan media massa dan media sosial, pendidikan pemilih berbasis segmen (pemilih pemula, kelompok perempuan, dan disabilitas), serta kolaborasi dengan pemerintah daerah dan perguruan tinggi. Strategi tersebut berkontribusi dalam mempertahankan partisipasi pemilih pada level tinggi, tetapi belum sepenuhnya mampu mengatasi disparitas partisipasi antar kecamatan. Faktor pendukung utama meliputi ketersediaan data, jaringan kemitraan, dan kreativitas penyelenggara, sedangkan faktor penghambat mencakup keterbatasan anggaran, jangkauan sosialisasi di daerah pinggiran, dan rendahnya literasi politik sebagian pemilih.

Kata Kunci: Strategi komunikasi politik, KPU Kota Ambon, partisipasi pemilih, Pemilu 2024

Abstract

This study aims to analyze the political communication strategies of the General Election Commission (KPU) of Ambon City in increasing voter turnout in the 2024 General Election, and to identify the supporting and inhibiting factors of their implementation. The research is motivated by KPU data indicating a tendency of declining voter participation in several areas, including Ambon City, for instance in the 2024 presidential election where turnout decreased by approximately 0.43

percent compared to 2019. This situation requires KPU to design political communication strategies that are more creative, inclusive, and adaptive to the development of information technology and the characteristics of voters, particularly young voters. The study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews with commissioners and KPU staff, community leaders, and voters, as well as documentation of voter participation statistics and official documents of Ambon City KPU. The findings show that KPU Ambon applies a combination of face-to-face communication strategies, the use of mass media and social media, segment-based voter education (for first-time voters, women, and persons with disabilities), and collaboration with the local government and universities. These strategies help maintain voter turnout at a relatively high level, but have not fully addressed disparities in participation between districts. Key supporting factors include data availability, partnership networks, and the creativity of election managers, while inhibiting factors consist of limited budgets, the difficulty of outreach to peripheral areas, and low political literacy among parts of the electorate.

Keywords: *political communication strategy, Ambon City KPU, voter turnout, 2024 election*

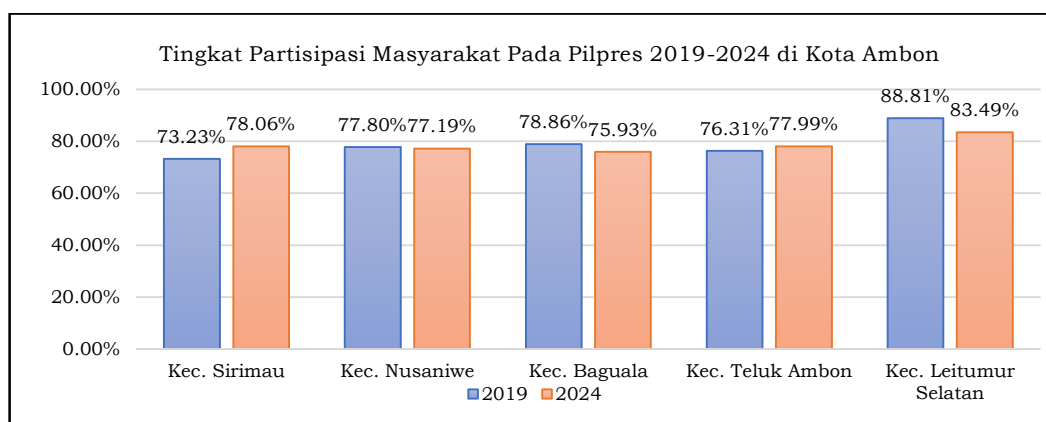
PENDAHULUAN

Demokrasi modern menempatkan pemilihan umum sebagai mekanisme utama dalam menjamin berlangsungnya sirkulasi kekuasaan secara damai, konstitusional, dan berkala. Melalui pemilu, rakyat memperoleh ruang politik untuk menyalurkan kedaulatannya dengan memilih pemimpin dan wakil rakyat yang dinilai mampu mewakili aspirasi serta kepentingan publik. Oleh karena itu, pemilu tidak hanya dipahami sebagai prosedur elektoral, tetapi juga sebagai instrumen penting untuk menilai kualitas demokrasi suatu negara. Salah satu ukuran penting dari kualitas demokrasi tersebut adalah tingkat partisipasi politik warga negara, terutama keikutsertaan masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya. Partisipasi pemilih menjadi penting karena menunjukkan adanya keterlibatan warga dalam proses politik, sekaligus memperkuat legitimasi pemerintahan yang terbentuk melalui pemilu. Studi Cancela dan Geys (2016) menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pemilih dipengaruhi oleh berbagai faktor kelembagaan, sosial, dan politik, sehingga kehadiran warga dalam pemilu tidak dapat dilepaskan dari

kualitas informasi, mobilisasi, serta kepercayaan publik terhadap proses elektoral.

Partisipasi politik masyarakat dalam pemilu tidak tumbuh secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan politik, kesadaran warga, kepercayaan terhadap penyelenggara, serta kemampuan masyarakat dalam mengakses informasi kepemiluan. Dalam konteks tersebut, komunikasi politik menjadi instrumen strategis untuk menjembatani hubungan antara penyelenggara pemilu dengan masyarakat pemilih. Komunikasi politik yang efektif dapat membantu menyampaikan informasi mengenai tahapan, prosedur, peserta, serta pentingnya penggunaan hak pilih secara rasional dan bertanggung jawab. Selain itu, komunikasi politik juga berperan membangun kepercayaan publik, mengurangi apatisme politik, serta mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam proses demokrasi. Temuan Ginting, Lawolo, dan Hia (2022) juga menegaskan bahwa sosialisasi politik KPU kepada pemilih pemula berhubungan dengan peningkatan kesadaran politik dan partisipasi, sehingga komunikasi kepemiluan perlu dirancang bukan hanya informatif, tetapi juga mampu membangun pemahaman substantif pemilih.

Gambar 1. Tingkat Partisipasi Masyarakat Pada Pilpres 2019-2024 di Kota Ambon



Sumber: KPU Kota Ambon dan diolah oleh Penulis, 2024

Kota Ambon sebagai ibu kota Provinsi Maluku, memiliki dinamika partisipasi pemilih yang menarik. Berdasarkan data KPU, partisipasi pemilih pada Pilpres 2019 dan 2024 di Kota Ambon menunjukkan variasi antar kecamatan. Kecamatan Sirimau meningkat dari 73,23% menjadi 78,06%, dan Teluk Ambon dari 76,31% menjadi 77,99%. Sementara itu, Nusaniwe menurun dari 77,80% menjadi 77,19%, Baguala dari 78,86% menjadi 75,93%, dan Leitimur Selatan dari 88,81% menjadi 83,49%. Secara total, partisipasi pemilih Kota Ambon turun tipis dari sekitar 78,96% pada Pilpres 2019 menjadi 78,53% pada Pilpres 2024, atau menurun sekitar 0,43%. Kondisi ini menunjukkan bahwa partisipasi pemilih di Kota Ambon belum sepenuhnya stabil, sehingga penting untuk meneliti strategi komunikasi politik KPU Kota Ambon dalam meningkatkan partisipasi pemilih.

Fenomena fluktuasi partisipasi ini menjadi tantangan bagi KPU Kota Ambon untuk meninjau kembali pendekatan sosialisasi dan strategi komunikasi politik yang digunakan. Kompleksitas sosial Kota Ambon yang multietnis dan multiagama, serta adanya perbedaan kondisi geografis antara wilayah pusat kota dan wilayah pinggiran, menuntut strategi komunikasi yang sensitif terhadap konteks lokal. Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan media sosial mengubah cara pemilih, khususnya pemilih muda, mengakses informasi politik dan membentuk preferensi. Dalam konteks lain, Yanti (2025) menunjukkan bahwa rendahnya partisipasi dan tingginya golput dapat merefleksikan gejala apatisisme politik, sehingga perlu direspons melalui strategi KPU bersama pemangku kepentingan secara lebih terarah. Sementara itu, Sugiharto, Pambudi, dan Eldo (2022) memperlihatkan bahwa perilaku memilih tidak selalu bergerak secara linear mengikuti dukungan partai politik, sehingga strategi komunikasi penyelenggara pemilu tetap diperlukan untuk menjangkau pemilih secara langsung dan kontekstual.

Secara teoritis, penelitian ini bertumpu pada konsep komunikasi politik dan strategi komunikasi. Strategi komunikasi politik dipahami

sebagai perencanaan menyeluruh mengenai bagaimana komunikator, dalam hal ini KPU, menyusun pesan, memilih media, menentukan segmen sasaran, dan mengelola umpan balik untuk mencapai tujuan peningkatan partisipasi pemilih (Cangara, 2016). Dalam konteks perkembangan teknologi informasi, strategi komunikasi politik juga perlu mempertimbangkan karakter media digital yang digunakan. Bossetta (2018) menjelaskan bahwa setiap platform media sosial memiliki arsitektur digital yang berbeda, baik dari sisi fitur, struktur jaringan, algoritma, maupun pola interaksi pengguna. Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok oleh KPU Kota Ambon tidak cukup dipahami sebagai penyebaran informasi secara daring, tetapi sebagai strategi komunikasi yang harus disesuaikan dengan karakter masing-masing platform dan perilaku pemilih digital.

Untuk membaca praktik komunikasi digital tersebut, artikel ini juga memanfaatkan kerangka AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) yang menjelaskan tahapan perilaku khalayak dalam era internet. Melalui kerangka ini, konten digital KPU Kota Ambon dapat dianalisis dari kemampuannya menarik perhatian pemilih, membangun minat terhadap informasi kepemiluan, mendorong pencarian informasi lebih lanjut, menggerakkan tindakan datang ke TPS, serta mendorong pemilih membagikan pengalaman atau pesan kepemiluan kepada orang lain. Integrasi konsep strategi komunikasi politik, arsitektur digital media sosial, dan model AISAS membantu penelitian ini mengidentifikasi sejauh mana KPU Kota Ambon mampu memadukan strategi komunikasi konvensional dan digital dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu 2024.

Penelitian terdahulu (Novita & Fitri, 2020; Muhazir et. al, 2023; Harianja, et al., 2024; Gracella et. al, 2024; Kurniawan, R. et al, 2024; Paluvi et. Al, 2024) mengenai peran KPU dalam meningkatkan partisipasi pemilih banyak menyoroti program sosialisasi secara umum, hubungan KPU dengan partai politik, serta faktor-faktor yang memengaruhi

partisipasi generasi muda. Namun kajian yang secara spesifik menganalisis strategi komunikasi politik KPU pada konteks Pemilu 2024 di Kota Ambon, dengan memperhatikan disparitas partisipasi antar kecamatan dan perubahan lanskap media, masih terbatas. Di sinilah letak kebaruan penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji strategi komunikasi politik yang dilakukan KPU Kota Ambon dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu, dengan menelaah bentuk-bentuk komunikasi, pendekatan sosialisasi, penggunaan media, serta pola interaksi KPU dengan masyarakat dan pemangku kepentingan. Penelitian ini juga penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat efektivitas strategi komunikasi tersebut, mengingat partisipasi pemilih tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis penyelenggaraan pemilu, tetapi juga oleh kualitas penyampaian pesan, kepercayaan publik, akses informasi, dan keterlibatan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik komunikasi politik KPU Kota Ambon serta merumuskan rekomendasi penguatan strategi komunikasi yang lebih efektif, adaptif, dan kontekstual dalam mendorong peningkatan partisipasi pemilih pada pemilu berikutnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial secara mendalam berdasarkan pengalaman, persepsi, dan makna yang dibangun oleh para aktor yang terlibat dalam konteks penelitian (Creswell & Creswell, 2018; Creswell & Poth, 2018). Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis proses komunikasi

politik yang dilakukan KPU Kota Ambon serta bagaimana pemilih memaknai pesan-pesan pemilu yang disampaikan. Fokus penelitian tidak hanya diarahkan pada output berupa angka partisipasi pemilih, tetapi juga pada dinamika interaksi antara penyelenggara pemilu, pemilih, dan pemangku kepentingan lainnya dalam proses sosialisasi dan pendidikan pemilih.

Lokasi penelitian berada di Kota Ambon dengan unit analisis utama KPU Kota Ambon. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yaitu penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu karena mereka dinilai memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keterlibatan langsung dengan fenomena yang diteliti (Campbell et al., 2020). Informan dalam penelitian ini mencakup komisioner dan staf KPU yang menangani divisi sosialisasi, pendidikan pemilih, dan partisipasi masyarakat; perwakilan pemerintah daerah; tokoh pemuda; pemilih pemula; serta pemilih di beberapa kecamatan dengan tingkat partisipasi tinggi dan rendah. Komposisi informan tersebut dirancang untuk menangkap variasi pengalaman, sudut pandang, dan persepsi terhadap strategi komunikasi politik yang dijalankan KPU Kota Ambon.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan panduan wawancara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur digunakan karena memberi ruang bagi peneliti untuk mengajukan pertanyaan pokok secara terarah, namun tetap memungkinkan pendalaman informasi sesuai dengan jawaban dan pengalaman informan (Creswell & Poth, 2018). Panduan wawancara disusun dengan mengacu pada indikator strategi komunikasi politik, meliputi tujuan, sasaran, pesan, media, metode, dan evaluasi. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi, antara lain data Daftar Pemilih Tetap (DPT), data partisipasi pemilih per kecamatan pada Pemilu 2019 dan 2024, notulen rapat sosialisasi, materi kampanye pendidikan pemilih, serta publikasi di media massa dan media sosial KPU Kota Ambon. Penggunaan berbagai sumber data tersebut dimaksudkan untuk

memperkuat kelengkapan informasi dan memperluas basis analisis penelitian.

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara yang telah ditranskrip dibaca secara berulang, kemudian dikode dan dikelompokkan ke dalam tema-tema utama sesuai fokus penelitian. Proses pengodean penting dalam penelitian kualitatif karena membantu peneliti mengorganisasi data, menemukan pola, dan membangun kategori analisis yang bermakna (Saldaña, 2021). Tema utama dalam penelitian ini mencakup: (1) bentuk strategi komunikasi politik; (2) efektivitas dan jangkauan strategi; serta (3) faktor pendukung dan penghambat. Selanjutnya, hasil analisis kualitatif diperkaya dengan pembacaan deskriptif terhadap data kuantitatif partisipasi pemilih untuk melihat kecenderungan sebelum dan sesudah rangkaian sosialisasi. Kredibilitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik, karena triangulasi dapat meningkatkan keandalan temuan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, dokumen, serta data statistik yang relevan (Yin, 2018).

PEMBAHASAN

Gambaran Partisipasi Pemilih di Kota Ambon

Data KPU menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pemilih Kota Ambon pada Pemilu 2019 relatif tinggi dan melampaui beberapa daerah lain di Provinsi Maluku. Namun pada Pemilu 2024 terjadi penurunan tipis dalam partisipasi, baik pada Pemilu Presiden maupun Pemilu Legislatif, terutama jika dilihat per kecamatan. Tabel-tabel yang disusun KPU memperlihatkan bahwa sebagian kecamatan mengalami kenaikan partisipasi, sementara kecamatan lain mengalami penurunan, sehingga

secara agregat terjadi penurunan kecil namun signifikan dari sisi kualitas demokrasi.

Kecamatan Sirimau dan Nusaniwe misalnya, masih menunjukkan partisipasi yang relatif stabil, sedangkan beberapa kelurahan di wilayah pinggiran dan pesisir cenderung mengalami penurunan. Hal ini mengindikasikan bahwa hambatan geografis, akses informasi, dan intensitas sosialisasi sangat mempengaruhi perilaku memilih. Data DPT 2024 juga menunjukkan komposisi pemilih yang cukup seimbang antara laki-laki dan perempuan, serta meningkatnya jumlah pemilih muda. Segmentasi ini menuntut KPU menyusun strategi komunikasi yang berbeda untuk tiap kelompok sasaran.

Strategi Komunikasi Politik KPU Kota Ambon

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi, strategi komunikasi politik KPU Kota Ambon dapat dikelompokkan ke dalam empat klaster utama: (1) komunikasi tatap muka berbasis komunitas; (2) pemanfaatan media massa; (3) kampanye digital dan media sosial; serta (4) pendidikan pemilih kolaboratif.

a. Komunikasi tatap muka berbasis komunitas

KPU menggelar serangkaian sosialisasi langsung di tingkat kecamatan dan kelurahan sebagai bagian dari strategi komunikasi politik untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam pemilu. Kegiatan tersebut dilakukan melalui pertemuan dengan tokoh masyarakat, tokoh agama, organisasi pemuda, perangkat kelurahan, kelompok perempuan, serta unsur masyarakat lainnya yang memiliki pengaruh sosial di lingkungan masing-masing. Sosialisasi langsung ini menjadi penting karena tidak semua pemilih memiliki tingkat akses, literasi digital, dan kebiasaan memperoleh

informasi politik melalui media daring yang sama. Bagi sebagian masyarakat, terutama pemilih di wilayah dengan keterbatasan akses informasi, komunikasi tatap muka masih dipandang lebih mudah dipahami, lebih meyakinkan, dan lebih sesuai dengan pola interaksi sosial sehari-hari.

Metode sosialisasi tatap muka juga memberikan ruang dialog yang lebih terbuka antara KPU dan masyarakat pemilih. Melalui forum tersebut, masyarakat tidak hanya menerima informasi mengenai tahapan, jadwal, tata cara pemungutan suara, dan pentingnya menggunakan hak pilih, tetapi juga dapat menyampaikan pertanyaan, keraguan, maupun keluhan secara langsung. Forum ini menjadi sarana penting untuk mengklarifikasi isu-isu sensitif yang berkembang di masyarakat, seperti hoaks seputar penyelenggaraan pemilu, dugaan keberpihakan penyelenggara, politik uang, serta keraguan terhadap keamanan suara pemilih. Dengan adanya komunikasi langsung, KPU dapat membangun kedekatan, meningkatkan kepercayaan publik, dan memperkuat persepsi bahwa penyelenggaraan pemilu dilakukan secara transparan, netral, dan bertanggung jawab.

b. Pemanfaatan media massa

KPU Kota Ambon menjalin kerja sama dengan berbagai media massa lokal, seperti radio, surat kabar, dan televisi, sebagai bagian dari strategi komunikasi politik untuk memperluas jangkauan informasi kepemiluan kepada masyarakat. Melalui kerja sama tersebut, KPU menyiarkan iklan layanan masyarakat, dialog interaktif, pemberitaan kegiatan sosialisasi, serta informasi teknis mengenai tahapan pemilu. Penggunaan media massa menjadi penting karena tidak semua pemilih memperoleh informasi melalui media sosial atau platform digital. Sebagian

masyarakat, terutama kelompok usia dewasa dan pemilih yang terbiasa mengikuti berita melalui saluran konvensional, masih menjadikan radio, televisi, dan surat kabar sebagai sumber informasi utama yang dianggap kredibel dan mudah diakses.

Pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa diarahkan untuk membangun kesadaran politik masyarakat agar menggunakan hak pilih secara bertanggung jawab. Materi komunikasi tidak hanya berisi ajakan datang ke tempat pemungutan suara, tetapi juga memuat penjelasan mengenai tahapan teknis pemungutan suara, pentingnya menjaga kualitas demokrasi, serta ajakan untuk menolak politik uang, hoaks, ujaran kebencian, dan politisasi identitas berbasis SARA. Melalui dialog interaktif, masyarakat juga memperoleh ruang untuk bertanya dan memperoleh klarifikasi langsung dari penyelenggara pemilu. Dengan demikian, pemanfaatan media massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen untuk memperkuat citra kelembagaan KPU, membangun kepercayaan publik, dan memastikan pesan kepemiluan menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas.

c. Kampanye digital dan media sosial

Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan media sosial di kalangan masyarakat, KPU memanfaatkan akun resmi seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok sebagai kanal strategis dalam menyebarkan informasi kepemiluan. Melalui platform tersebut, KPU menyajikan berbagai bentuk konten kreatif, antara lain infografis, video pendek, dokumentasi kegiatan, siaran langsung sosialisasi, serta pesan-pesan ajakan menggunakan hak pilih. Pemanfaatan media sosial menjadi penting karena karakteristik pemilih, terutama generasi muda, cenderung lebih responsif terhadap informasi yang disampaikan

secara visual, singkat, interaktif, dan mudah dibagikan. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi dua arah antara penyelenggara pemilu dan masyarakat pemilih.

Strategi komunikasi digital tersebut dapat dijelaskan melalui model AISAS, yaitu *Attention, Interest, Search, Action* dan *Share*. Pada tahap awal, konten visual yang menarik digunakan untuk memperoleh perhatian masyarakat dan membangun minat terhadap isu-isu kepemiluan. Setelah itu, pemilih diharapkan terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai tahapan pemilu, tata cara pemungutan suara, lokasi TPS, maupun pentingnya menggunakan hak pilih secara bertanggung jawab. Informasi yang diperoleh kemudian diharapkan mendorong tindakan nyata, yaitu hadir ke TPS dan memberikan suara. Pada tahap akhir, pemilih dapat membagikan pengalaman positifnya melalui media sosial sehingga pesan partisipasi dapat menyebar lebih luas. Penggunaan tagar tertentu dan kerja sama dengan influencer lokal juga menjadi bagian dari upaya memperluas jangkauan pesan, meskipun pelaksanaannya masih perlu diperkuat agar lebih terencana, konsisten, dan sistematis.

d. Pendidikan pemilih kolaboratif

KPU menjalin kerja sama dengan sekolah dan perguruan tinggi sebagai bagian dari strategi pendidikan pemilih yang diarahkan kepada pemilih pemula dan kalangan mahasiswa. Program seperti *KPU Goes to School* dan *KPU Goes to Campus* menjadi media penting untuk memperkenalkan nilai-nilai demokrasi, arti penting pemilu, serta tata cara penggunaan hak pilih secara benar dan bertanggung jawab. Kegiatan ini tidak hanya dilakukan dalam bentuk penyampaian materi satu arah, tetapi juga dikembangkan melalui pendekatan dialogis agar

peserta dapat bertanya, berdiskusi, dan menyampaikan pandangan mereka mengenai proses pemilu. Selain itu, simulasi pemungutan suara juga digunakan untuk memberikan pengalaman praktis kepada pemilih pemula mengenai tahapan pencoblosan, mekanisme di TPS, serta pentingnya menjaga kerahasiaan dan keabsahan suara.

Selain menyasar lembaga pendidikan formal, KPU juga membangun kolaborasi dengan organisasi masyarakat sipil, komunitas keagamaan, dan kelompok sosial lainnya untuk memperluas jangkauan pendidikan pemilih. Melalui kerja sama tersebut, pesan-pesan kepemiluan dapat disisipkan ke dalam kegiatan rutin masyarakat, seperti forum diskusi, pertemuan komunitas, kegiatan keagamaan, pelatihan kepemudaan, maupun kegiatan sosial kemasyarakatan. Pendekatan ini penting karena organisasi masyarakat dan komunitas lokal memiliki kedekatan sosial dengan warga, sehingga pesan yang disampaikan cenderung lebih mudah diterima. Di sisi lain, kegiatan kreatif seperti lomba konten kepemiluan juga dapat menjadi sarana untuk mendorong partisipasi aktif generasi muda dalam menyebarkan pesan demokrasi secara lebih menarik, komunikatif, dan sesuai dengan karakter komunikasi masyarakat saat ini.

Jika dibaca melalui kerangka strategi komunikasi politik, KPU Kota Ambon telah memperhatikan aspek tujuan (meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilih), sasaran (segmen berbasis usia, wilayah, dan latar belakang sosial), pesan (hak dan kewajiban warga negara, teknis pemilu, ajakan menolak politik uang), media (tatap muka, media massa, dan digital), serta evaluasi (melalui pemantauan partisipasi dan umpan balik dari pemilih). Namun, beberapa informan menilai bahwa integrasi antar saluran

komunikasi masih dapat diperkuat sehingga pesan menjadi lebih konsisten dan saling menguatkan.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung utama strategi komunikasi KPU Kota Ambon adalah ketersediaan data pemilih dan data partisipasi yang cukup rinci, sehingga memudahkan KPU dalam menentukan segmentasi sasaran, wilayah prioritas sosialisasi, serta kelompok pemilih yang perlu memperoleh perhatian lebih intensif. Data DPT Pemilu 2024 Kota Ambon menunjukkan terdapat 252.367 pemilih, terdiri atas 120.155 pemilih laki-laki dan 132.212 pemilih perempuan, yang tersebar pada 5 kecamatan, 50 desa/kelurahan, dan 940 TPS. Ketersediaan data tersebut menjadi modal penting bagi KPU untuk memetakan wilayah dengan tingkat partisipasi yang belum stabil, sekaligus merancang strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran. Selain itu, dukungan kelembagaan internal KPU juga menjadi faktor pendukung karena dalam LKjIP KPU Kota Ambon 2024 terdapat Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat, dan SDM yang menangani sosialisasi kepemiluan, pendidikan pemilih, publikasi, kehumasan, kampanye, kerja sama antarlembaga, dan informasi publik. Kemitraan dengan pemerintah daerah, tokoh masyarakat, media lokal, perguruan tinggi, PPK, PPS, serta unsur masyarakat sipil juga memperluas jangkauan komunikasi KPU. Hal ini didukung oleh adanya 46 layanan informasi publik melalui PPID pada tahun 2024, dorongan Pemerintah Kota Ambon untuk meningkatkan partisipasi pemilih, serta pemanfaatan media dan teknologi sebagaimana tercantum dalam Renstra KPU Kota Ambon 2020–2024, yang menekankan peningkatan investasi aset teknologi dan peningkatan kematangan berpolitik masyarakat melalui sosialisasi pendidikan politik.

Di sisi lain, efektivitas strategi komunikasi KPU Kota Ambon masih menghadapi sejumlah faktor penghambat. Dari sisi teknologi, Renstra KPU Kota Ambon 2020–2024 mengidentifikasi bahwa kemajuan teknologi

informasi dan komunikasi belum dimanfaatkan secara penuh untuk mempermudah pelaksanaan tugas dan fungsi KPU. Hambatan ini semakin relevan karena efektivitas sosialisasi digital belum dapat menjangkau seluruh kelompok pemilih secara merata; data APJII tahun 2024 menunjukkan penetrasi internet Indonesia sebesar 79,5%, dengan perbedaan akses antara wilayah urban sebesar 87,55% dan rural sebesar 79,79%. Kondisi geografis dan demografis Kota Ambon juga menjadi tantangan tersendiri karena setiap kecamatan memiliki karakteristik wilayah, sebaran penduduk, tingkat pendidikan, dan akses informasi yang berbeda, termasuk Leitimur Selatan yang memiliki tantangan geografis dan sebaran permukiman tersendiri. Selain itu, LKjIP KPU Kota Ambon 2024 menunjukkan total anggaran sebesar Rp59,014 miliar dengan realisasi Rp42,625 miliar atau 72,23%, sehingga masih terdapat ruang optimalisasi dalam pelaksanaan program dan kegiatan. Hambatan tersebut tercermin dari belum stabilnya partisipasi pemilih, seperti penurunan partisipasi Pilpres Kota Ambon dari 78,96% pada 2019 menjadi 78,53% pada 2024. Oleh karena itu, strategi komunikasi KPU Kota Ambon tidak cukup hanya mengandalkan pesan formal dan administratif, tetapi perlu dikembangkan secara lebih persuasif, kontekstual, berbasis data, dan dekat dengan persoalan sehari-hari warga agar partisipasi pemilih dapat dipahami sebagai sarana masyarakat untuk memengaruhi kebijakan publik yang berdampak langsung pada kehidupan mereka.

Implikasi terhadap Peningkatan Partisipasi dan Kualitas Demokrasi

Secara umum, kombinasi strategi komunikasi yang diterapkan KPU Kota Ambon berkontribusi dalam mempertahankan partisipasi pemilih pada tingkat yang relatif tinggi, meskipun terjadi sedikit penurunan jika dibandingkan dengan pemilu sebelumnya. Strategi tatap muka efektif merawat hubungan kepercayaan di tingkat komunitas, sementara pemanfaatan media sosial mampu menjangkau pemilih muda yang aktif

di ruang digital. Pendidikan pemilih kolaboratif di sekolah dan kampus memiliki potensi jangka panjang dalam membentuk generasi pemilih yang lebih rasional dan kritis.

Namun demikian, keberhasilan strategi komunikasi tidak bisa diukur hanya dari angka partisipasi agregat. Kualitas demokrasi juga dipengaruhi oleh sejauh mana pemilih memahami substansi pilihan politiknya dan bebas dari tekanan maupun praktik politik uang. Dalam konteks ini, penguatan komunikasi politik KPU perlu diarahkan bukan hanya untuk “mengajak datang ke TPS”, tetapi juga untuk mendorong terbentuknya pemilih cerdas yang mampu menilai visi, program, dan integritas peserta pemilu.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa KPU Kota Ambon telah menerapkan beragam strategi komunikasi politik untuk meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu, meliputi sosialisasi tatap muka berbasis komunitas, pemanfaatan media massa, kampanye digital dan media sosial, serta pendidikan pemilih kolaboratif dengan lembaga pendidikan dan organisasi masyarakat. Strategi tersebut mampu mempertahankan partisipasi pemilih pada level tinggi di tingkat kota, meskipun masih terjadi disparitas antar kecamatan dan sedikit penurunan jika dibandingkan pemilu sebelumnya.

Faktor pendukung utama meliputi ketersediaan data partisipasi per wilayah, jaringan kemitraan lintas lembaga, serta kreativitas penyelenggara dalam memanfaatkan media digital. Faktor penghambat mencakup keterbatasan anggaran, tantangan geografis dan akses informasi di beberapa wilayah, rendahnya literasi politik sebagian pemilih, serta keterbatasan waktu untuk evaluasi strategi secara berkala.

Ke depan, penguatan strategi komunikasi politik KPU Kota Ambon perlu diarahkan pada integrasi yang lebih baik antar saluran komunikasi,

pengembangan konten yang lebih persuasif dan relevan dengan kebutuhan pemilih, peningkatan kapasitas literasi digital dan politik masyarakat, serta pemanfaatan teknologi informasi untuk pemetaan wilayah rawan partisipasi rendah. Dengan demikian, strategi komunikasi politik tidak hanya berorientasi pada peningkatan kuantitas partisipasi, tetapi juga pada perbaikan kualitas demokrasi lokal di Kota Ambon.

DAFTAR PUSTAKA

- Bossetta, M. (2018). *The digital architectures of social media: Comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. election*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 471–496.
<https://doi.org/10.1177/1077699018763307>
- Campbell, S., et. al (2020). *Purposive sampling: Complex or simple? Research case examples*. *Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652–661.
- Cancela, J., & Geys, B. (2016). Explaining voter turnout: A meta-analysis of national and subnational elections. *Electoral Studies*. 10.1016/j.electstud.2016.03.005
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi politik: Konsep, teori, dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. California: SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.)*. California: SAGE Publications.
- Darma Yanti, N. M. A. (2025). *Analisis Fenomena Golongan Putih dalam Pemilihan Kepala Daerah (Studi Kasus Pemilihan Walikota Denpasar Tahun 2020)*. *Jurnal Caraka Prabu*, 9(1), 105-120.
<https://doi.org/10.36859/jcp.v9i1.3750>
- Gracella, E. F., Wijaya, K. A. S., & Prabawati, N. P. A. (2024). *Strategi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Badung Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Usia Produktif Pada Pemilu Serentak Tahun 2024 (Studi Kasus : Kecamatan Kuta Selatan, Badung)*. *Socio-Political Communication and Policy Review*, 1(3), 65–76.
<https://doi.org/10.61292/shkr.121>
- Ginting, E., Lenta Lawolo, V. K., & Hia, E. F. (2022). *Pengaruh Sosialisasi Politik Komisi Pemilihan Umum Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Umum Serentak Di Jakarta Timur Tahun 2019*. *Jurnal Caraka Prabu*, 6(2), 138-163.
<https://doi.org/10.36859/jcp.v6i2.1202>

- Gita Paluvi, M., Ofianto, O., & Fajri Mulyani, F. (2024). Pengaruh Komunikasi Politik Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kabupaten Bungo pada Pemilu 2024 . Jurnal Pendidikan Tambusai, 8(2), 26861–26867. Retrieved from <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/15364>
- Harianja, G. P. D., Yudartha, I. P. D., & Prabawati, N. P. A. (2024). *Strategi Komisi Pemilihan Umum Kota Denpasar dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2020*. Socio-Political Communication and Policy Review, 1(3), 88–105. <https://doi.org/10.61292/shkr.120>
- Komisi Pemilihan Umum Kota Ambon. (2024). Laporan kinerja instansi pemerintah (LKjIP) KPU Kota Ambon Tahun 2024. KPU Kota Ambon. https://kota-ambon.kpu.go.id/public/kota-ambon/dmdocument/1750745814_efc41ede939e5b5e163f.pdf
- Muhazir, A., Miranti, A. & Sayidatina, K. (2023). *Strategi Komunikasi Politik Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas Meningkatkan Peran Partisipasi Masyarakat dalam Pemilihan Umum Tahun 2024*. Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema, 5(2), 176-189. <https://doi.org/10.24076/pikma.v5i2.1029>
- Novita, D & Fitri, A. (2020). *Peningkatan Partisipasi Pemilih Milenial: Strategi Komunikasi Dan Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum Pada Pemilu 2019*. Makna; Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa dan Budaya, 7 (2), 56-84. <https://doi.org/10.33558/makna.v7i2.2182>
- Rizki Kurniawan, M., Erawati, D., Setiawan, H., & Harmain, H. (2023). *Digitalisasi: Strategi Komunikasi KPU Dalam Meningkatkan Partisipasi Gen Z Pada Pemilu 2024*. Innovative: Journal Of Social Science Research, 3(6), 1375–1390. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/6206>
- Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers (4th ed.)*. California: SAGE Publications.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiharto, U., Pambudi, D., & Eldo, D. H. A. P. (2022). *Konsistensi Perolehan Suara Calon Presiden dan Wakil Presiden RI dengan Perolehan Suara Partai Politik Pengusung pada Pemilihan Umum Tahun 2019 di Kabupaten Pematang*. Jurnal Caraka Prabu, 6(1), 1-19. <https://doi.org/10.36859/jcp.v6i1.1010>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods (6th ed.)*. California: SAGE Publications.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum.
- Komisi Pemilihan Umum Kota Ambon. (2024). *Data partisipasi pemilih pada Pemilu 2019 dan 2024 Kota Ambon* [Laporan internal].