



## SOSIALISASI POLITIK KOMISI PEMILIHAN UMUM DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH PEMULA PEMILIHAN UMUM KOTA CIMAH I 2024

**Bilqis Savira**

Prodi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Jenderal Achmad Yani, Indonesia

### **Abstrak**

Penelitian ini secara khusus menyoroti Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi dalam melakukan sosialisasi politik untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pemilihan Umum (Pemilu) Kota Cimahi tahun 2024. Pemilih pemula, yang umumnya berusia 17-23 tahun dan baru pertama kali menggunakan hak pilih, sering menghadapi hambatan besar seperti kurangnya pengetahuan dasar tentang prosedur pemungutan suara, rasa apatis akibat kekecewaan terhadap politik konvensional, pengaruh media sosial yang penuh misinformasi. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi merespons tantangan ini melalui sosialisasi yang dirancang khusus untuk pemula, seperti *workshop interaktif* di kampus dan sekolah, konten video pendek viral di TikTok dan Instagram, simulasi pemungutan suara, serta program "*Pemilu Goes to School*" yang melibatkan ribuan siswa untuk membangun rasa tanggung jawab demokrasi sejak dini. Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan pemilih pemula terpilih, observasi lapangan langsung kepada Komisi Pemilihan Umum (KPU), dan analisis dokumen dengan berbagai informan yang telah ditetapkan pada penelitian ini yang mengungkapkan bahwa strategi ini berhasil menaikkan partisipasi pemula dengan peningkatan rasa percaya diri dan pemahaman yang signifikan. Meski demikian, masih ada kendala seperti akses terbatas bagi pemula di wilayah pinggiran Cimahi dan kebutuhan sosialisasi yang lebih personal.

**Kata Kunci:** Pemilih pemula, Sosialisasi politik, KPU Kota Cimahi, Partisipasi pemilu, Pemilu 2024.

### **Abstract**

*This study specifically highlights the General Election Commission (KPU) of Cimahi City in conducting political socialization to increase the participation of first-time voters in the 2024 Cimahi City General Election (Pemilu). First-time voters, who are generally aged 17-23 years and are exercising their right to vote for the first time, often face major obstacles such as a lack of basic knowledge about voting procedures, apathy due to disappointment with conventional politics, the influence of social media full of misinformation. The Cimahi City General Elections Commission (KPU) responded to this challenge through outreach specifically designed for first-time voters, such as interactive workshops on campuses and schools, viral short video content on TikTok*

*and Instagram, voting simulations, and the "Election Goes to School" program involving thousands of students to foster a sense of democratic responsibility from an early age. This qualitative approach using a case study method collected data through in-depth interviews with selected first-time voters, direct field observations at the General Elections Commission (KPU), and document analysis with various informants identified in this study. This strategy revealed that this strategy successfully increased first-time voter participation with significant increases in confidence and understanding. However, obstacles remain, such as limited access for first-time voters in the outskirts of Cimahi and the need for more personalized outreach.*

**Keywords:** *First-time voters, political outreach, Cimahi City KPU, election participation, 2024 Election.*

## **PENDAHULUAN**

Pemilihan umum atau pemilu merupakan sebuah cara penyampaian hak-hak demokrasi kepada rakyat. Melalui Pemilihan Umum (Pemilu), rakyat diberi kesempatan untuk dapat berpartisipasi langsung dalam menentukan pilihan politiknya. Pemilihan umum (Pemilu) bersumber pada kedaulatan rakyat serta paham demokrasi, di mana demokrasi perwujudan kedaulatan rakyat dan pemilihan umum merupakan cerminan daripada demokrasi. Menjadi langkah awal bagi masyarakat untuk menyalurkan pilihan politiknya secara damai dan sah. Dalam sistem demokrasi, kekuasaan sejatinya berada di tangan rakyat, dan Pemilihan Umum (Pemilu) menjadi sarana untuk mewujudkan prinsip tersebut. Menjadi sebuah keharusan bagi pemerintah untuk menjamin terlaksananya Pemilihan Umum (Pemilu) dan menjadi langkah yang mendasar, sebagai arah penentu kedepannya, berhasil atau tidaknya, tergantung daripada partisipasi masyarakat dalam memilih aktor yang akan menepati singgasana kekuasaan pemerintahan.

Dalam Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 dalam Pasal 1 Ayat (2) menyebutkan bahwa kedaulatan berada di tangan rakyat serta pelaksanaan menurut Undang-Undang Dasar. Hal tersebut menjadi dasar utama yang sangat penting bagi setiap warga negara Indonesia akan kesadaran dalam berpartisipasi, tidak ada alasan untuk menjadi masyarakat yang apatis terhadap negara Indonesia. Baik kelompok muda maupun kelompok orang tua, baik individu yang sudah berkali-kali melaksanakan Pemilihan Umum (Pemilu), ataupun kalangan pemilih pemula. Melalui tahap pelaksanaan Pemilihan Umum (Pemilu) tentu tidak bisa semena-mena dilaksanakan perlu adanya lembaga atau wadah yang menyediakan proses pelaksanaannya. Melalui lembaga Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai wadah penyelenggara Pemilihan Umum (Pemilu) perlu profesional, berintegritas tinggi, mempunyai nilai strategis yang penting untuk memastikan bahwa setiap pemilih dapat menjalankan hak suaranya, melalui upaya peningkatan kesadaran politik masyarakat. Diperlukan sebuah upaya sistematis

bagi Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk melaksanakan model komunikasi kepada masyarakat yang tepat, baik komunikasi secara langsung maupun melalui media massa yang tersedia, dalam rangka membangun kesadaran politik masyarakat, karena di dalam sebuah Pemilihan Umum (Pemilu), terdapat kalangan yang patut diperhatikan, yang dinamakan kalangan pemilih pemula.

Pemilih pemula merupakan kelompok masyarakat yang baru pertama kali menggunakan hak pilihnya dalam Pemilihan Umum. Biasanya merupakan warga negara yang baru menginjak usia 17 tahun atau sudah menikah, sehingga telah memenuhi syarat sebagai pemilih, selain itu bagi purnawirawan TNI/ Polisi yang belum sempat melaksanakan Pemilihan Umum (Pemilu) karena saat berusia 17 tahun atau lebih langsung melaksanakan Pendidikan, juga termasuk kedalam kategori pemilih pemula. Tetapi perlu digaris bawahi bahwa belum adanya pengalaman untuk melaksanakan Pemilihan Umum (Pemilu). Kehadiran pemilih pemula memiliki arti penting, menjadi penentu masa depan bangsa. Apalagi pada era saat ini yang didominasi oleh generasi muda, sehingga memiliki pengaruh besar terhadap hasil Pemilihan Umum (Pemilu). Pemilih pemula bukanlah hal yang sederhana, banyak dari mereka yang belum memiliki pengalaman politik yang cukup, sehingga sering kali masih bingung memahami mekanisme pemilihan, visi misi calon, serta pentingnya partisipasi politik dalam kehidupan bernegara. Banyak dari pemilih pemula yang kurangnya memiliki pengetahuan politik dan rendahnya kesadaran berdemokrasi, sehingga menyebabkan generasi muda bersikap apatis atau tidak menggunakan hak pilihnya dengan bijak. Padahal, suara pemilih pemula sangat berharga untuk menentukan arah kedepan negara untuk waktu lima tahun ke depan. Karena itu, perlunya pendidikan politik sejak dini, baik dari keluarga, sekolah, tempat kerja, kelompok teman sebaya, media massa, kontak-kontak politik maupun lingkungan sosial. Diperlukannya pembekalan dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai lembaga yang berwenang, agar pemilih pemula memahami nilai-nilai demokrasi, arti pentingnya suara, serta tanggung jawab mereka sebagai warga negara.

Dalam ilmu politik, dikenal sebuah konsep "*political socialization*" atau "sosialisasi politik". Sosialisasi politik sendiri merupakan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pengaruh tentang politik, dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media. Sosialisasi politik menjadi hal strategis dalam menjalani roda politik. Konsep ini sering dijadikan pijakan untuk mengkaji, pembelajaran politik. Sebagaimana yang telah tercantum dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 10 Tahun 2018 tentang

Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dalam Penyelenggara Pemilihan Umum, yang dijelaskan sebagai keterlibatan perorangan maupun kelompok dalam tahap penyelenggaraan Pemilihan Umum. Dikarenakan belum adanya pengalaman banyak pemilih pemula yang masih mengalami kurangnya pemahaman mengenai sebuah Pemilihan Umum (Pemilu), baik dalam hal pengetahuan, pentingnya keikutsertaan mereka sebagai kalangan muda, juga cara mereka mencari, memperoleh, juga memilah sebuah informasi politik, walaupun banyak juga kalangan muda yang sudah melek akan hal tersebut tapi akan lebih baik apabila segala persiapan dan pematangan kalangan muda akan pengetahuan dan informasi tetap dilakukan. Fenomena tersebut menjadi dasar pentingnya Komisi Pemilihan Umum dalam melaksanakan sosialisasi kepada pemilih pemula agar terciptanya kejujuran dan integritas diri yang tinggi, dibekali dengan pendidikan serta pencerahan mengenai informasi, sehingga menghilangkan individu yang apatis tetapi tetap selektif dalam memilih, mampu memilih informasi, memiliki sikap kritis, serta rasional.

Melalui Keluarga, sekolah, tempat kerja, teman sebaya, dan media massa memberi andil besar dalam proses pengetahuan politik, tetapi kontak-kontak politik juga diperlukan, seperti kontak langsung dengan Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang memiliki tugas dan wewenang yang sangat penting untuk melakukan sosialisasi politik yang merujuk pada proses pembentukan sikap dan tingkah laku politik sebagai sarana untuk mewariskan keyakinan politik kepada generasi berikutnya. Karena pada dasarnya sosialisasi politik dapat melatih dan mengembangkan individu agar menjadi anggota masyarakat yang mampu melaksanakan perannya dengan baik terhadap proses-proses politik, untuk melestarikan budaya politik, sebagai nilai penting sehingga terciptanya warga negara yang baik.

Fenomena yang terjadi pada Pemilihan Umum (Pemilu) biasanya berkaitan dengan kenaikan angka persentase atau mungkin bahkan penurunan angka persentase yang tiap tahunnya berbeda-beda, baik tingkat nasional, provinsi, maupun kota. Hal tersebut bisa dipengaruhi oleh hasil daripada sosialisasi politik yang dilaksanakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Berdasarkan data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU RI) kategori pemilih pada Pemilihan Umum 2024 didominasi oleh generasi muda yang berasal dari generasi Z serta generasi Milenial. Persentase generasi milenial sebanyak 34,2%, sedangkan generasi Z sebanyak 23,3%, total persentase kedua kategori generasi mencapai 57,5%. Hal tersebut sejalan dengan peningkatan angka partisipasi masyarakat pada pemilihan tahun

2024 yang mencapai 83,6 %, lebih tinggi dari pada angka partisipasi pada Pemilihan Umum Tahun 2019.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang dipakai menggunakan metode deskriptif. Metode ini merupakan cara untuk menyelesaikan masalah dengan menjelaskan kondisi subjek atau objek penelitian, yang bisa berupa individu, organisasi, komunitas, atau lain-lain, berdasarkan fakta-fakta nyata saat ini tanpa manipulasi. Pada pengertian lain pendekatan deskriptif dalam penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi keberadaan satu atau lebih variabel mandiri tanpa membandingkan variabel-variabel tersebut. Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Cimahi, dengan fokus pada kegiatan sosialisasi politik yang dilaksanakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi. Tempat pengumpulan data meliputi kantor Komisi Pemilihan Umum sebagai pusat koordinasi dan beberapa lokasi di mana sosialisasi politik berlangsung, terutama yang melibatkan pemilih pemula. Kondisi lingkungan dan situasi di lokasi kegiatan akan menjadi fokus untuk memahami konteks sosialisasi yang berjalan. Penelitian ini memanfaatkan dua kategori utama, adapun dua jenis sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sebuah data yang diperoleh langsung dari pihak Komisi Pemilihan Umum dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber-sumber tertulis seperti berbagai literature penelitian terdahulu yang sesuai pada topik penelitian. Kombinasi kedua kategori diharapkan mampu menyediakan pemahaman yang menyeluruh dan lengkap mengenai objek atau fenomena yang diteliti, mengenai fungsi sosialisasi politik dalam upaya mendorong keterlibatan aktif pemilih muda yang baru pertama kali berpartisipasi dalam pemilihan umum.

## **PEMBAHASAN**

Proses analisis data menjadi salah satu tahap paling penting dalam penelitian kualitatif karena berfungsi untuk memahami secara mendalam semua informasi yang berhasil dikumpulkan peneliti dari berbagai informan selama masa penelitian berlangsung, sekaligus untuk memverifikasi dan memastikan bahwa temuan yang diperoleh benar-benar mencerminkan realitas yang ada di lapangan. Analisis data dalam penelitian ini sudah dimulai sejak hari pertama pengumpulan data dilakukan, sehingga berjalan paralel dan saling mendukung antara proses pengamatan langsung dengan proses penggalan informasi dari informan utama.

Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yang memungkinkan pengumpulan data dalam bentuk narasi lengkap, gambar dokumentasi, dan pengamatan langsung dalam situasi alami melalui teknik observasi partisipatif serta wawancara mendalam yang dilakukan secara tatap muka dengan informan kunci dari berbagai tingkatan yang terlibat dalam sosialisasi politik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi. Berkaitan langsung dengan penelitian berjudul "Sosialisasi Politik oleh Komisi Pemilihan Umum dalam Meningkatkan Partisipasi Pemula dalam Pemilihan Umum Kota Cimahi Tahun 2024", peneliti berupaya sebaik mungkin untuk menyajikan, menguraikan, dan membahas secara komprehensif semua data mentah yang berhasil didapatkan dari lapangan agar dapat diolah menjadi temuan yang jelas, terstruktur, dan bermanfaat bagi pembaca skripsi ini. Setelah melalui proses penelitian yang panjang meliputi observasi langsung di berbagai lokasi sosialisasi Komisi Pemilihan Umum (KPU), wawancara mendalam dengan komisioner Komisi Pemilihan Umum (KPU), Tokoh Masyarakat Kota Cimahi, Perwakilan Organisasi Kota Cimahi, dan tentunya para pemilih pemula di Kota Cimahi, peneliti berhasil mengumpulkan berbagai fakta dan pengalaman nyata yang menjadi dasar pembahasan utama dalam skripsi ini. Semua informasi tersebut kemudian diolah dengan cermat untuk menemukan pola, strategi, kendala, serta dampak nyata dari setiap upaya sosialisasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi dalam upaya meningkatkan angka partisipasi pemilih pemula.

Dari berbagai agen tentunya hasil akhir yang diharapkan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi merupakan hasil yang baik dan sesuai dengan yang sudah direncanakan. Setelah melalui proses penelitian, menghasilkan banyak lokasi yang telah dikunjungi Komisi Pemilihan Umum (KPU), diantaranya sekolah-sekolah di Cimahi, seperti sekolah SMAN 1 Cimahi, SMAN 2 Cimahi, SMAN 3 Cimahi, SMAN 4 Cimahi, SMAN 5 Cimahi, SMK Negeri 1 Cimahi, MAN Insan Cendekia, Santa Maria, Universitas Jenderal Achmad Yani kemudia balai pertemuan PKK di tiga kecamatan, kantor KPU, hotel Bandung tempat diskusi OSIS dan perwakilan buruh. Semua informasi mentah tersebut kemudian melalui proses triangulasi data. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi mengubah perilaku politik pemilih pemula yang sebelumnya cenderung apatis dan pasif menjadi pemilih yang sadar, kritis, dan aktif pada Pemilihan Umum Tahun 2024. Program sosialisasi politik ini bukanlah sekadar inisiatif lokal yang berdiri sendiri, melainkan merupakan bagian integral dan wajib dari program nasional KPU Republik Indonesia yang diatur dalam

Peraturan KPU Nomor 8 Tahun 2023 tentang Pedoman Pelaksanaan Sosialisasi Pemilu dan Pemilihan, yang diturunkan secara berurutan dan sistematis dari tingkat pusat ke KPU Provinsi Jawa Barat, kemudian ke KPU Kota Cimahi, serta mekanisme pelaporan bulanan melalui aplikasi SIAP Sosialisasi KPU RI. Dalam konteks Kota Cimahi yang memiliki 10.137 pemilih pemula terdaftar dengan karakteristik demografi khusus seperti tinggal di perumahan vertikal padat penduduk dan 68% masih berstatus pelajar/mahasiswa, KPU Cimahi berhasil mencatatkan prestasi luar biasa dengan tingkat partisipasi pemilih pemula sebesar 10.137 atau melonjak dibandingkan Pemilu 2019 sebesar 6.935, menempatkan Kota Cimahi pada peringkat kedua terbaik se-Jawa Barat setelah Kota Bandung melalui kombinasi strategi tepat sasaran, pelaksanaan yang konsisten, dan evaluasi berkelanjutan yang responsif terhadap dinamika lapangan. Karakteristik demografi dan behavioral ini menjadi dasar utama dan pertimbangan strategis KPU Kota Cimahi dalam merancang, menargetkan, dan melaksanakan program sosialisasi dengan prioritas tertinggi kepada kelompok pemula paling berpotensi golput.

Sosialisasi politik pada hakikatnya adalah proses sistematis, berkelanjutan, dan partisipatif untuk membangun pemahaman komprehensif tentang seluruh aspek demokrasi elektoral mulai dari hak dan kewajiban sebagai pemilih, lima tahapan pemilu yang panjang dan kompleks (penetapan pemilih-sekolah kampanye-masa tenang-pemungutan-penghitungan), prosedur teknis mencoblos yang benar sesuai PKPU No. 15 Tahun 2023, strategi melindungi hak pilih dari politik uang dan intimidasi, hingga pemahaman strategis bahwa satu suara pemula bisa menentukan 15% kursi DPRD Kota Cimahi (7 dari 45 kursi). Tujuan akhirnya bukan hanya agar pemula datang ke TPS, tetapi agar mereka menjadi pemilih yang sadar akan power suara mereka, kritis terhadap politik identitas, dan bertanggung jawab atas kualitas kepemimpinan lokal yang akan mengelola APBD Cimahi Rp1,8 triliun untuk 5 tahun ke depan. KPU Cimahi menerapkan pendekatan enam dimensi utama yang saling melengkapi, berjenjang, dan terukur untuk memastikan pesan demokrasi tersampaikan secara optimal, efektif, dan sustainable kepada seluruh segmen pemilih pemula. Enam Dimensi Strategi Sosialisasi Politik Komisi Pemilihan Umum (KPU) di Kota Cimahi. Berdasarkan triangulasi data lapangan yang mendalam dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, peneliti mengidentifikasi dan memverifikasi enam dimensi utama strategi sosialisasi politik KPU Kota Cimahi yang terbukti efektif:

1. Dimensi Keluarga : Sosialisasi Tidak Langsung melalui Perwakilan Rumah Tangga melalui forum PKK, Forum RT, Komunitas Perempuan dengan cakupan 3 Kecamatan. Dimensi keluarga menjadi fondasi pertama karena Komisi Pemilihan Umum (KPU) memahami bahwa pemilih pemula Cimahi masih tinggal bersama orang tua, dan ibu rumah tangga serta kepala keluarga berperan sebagai agen sosialisasi primer yang paling dipercaya. Strategi ini menasar RW melalui ibu-ibu PKK dan forum RT/RW sebagai "jembatan rumah tangga" dengan sosialisasi tidak langsung yang fokus pada satu perwakilan per keluarga saja, karena tidak efektif jika seluruh anggota keluarga dikumpulkan sekaligus.

2. Dimensi Sekolah : Program "*Goes to School*" diadakan dalam beberapa sesi, dilaksanakan pada sekolah-sekolah besar, kemudian "*Goes to Campus*" Universitas Jenderal Achmad Yani, Diskusi dengan ketua OSIS pada sekolah-sekolah di Kota Cimahi. Dimensi sekolah juga bisa dikatakan paling efektif menjangkau pemilih pemula yang masih pelajar (31.092 orang) melalui Program "*Goes to School*" yang dilaksanakan disekolah: SMAN 1-5 Cimahi (15.400 siswa), SMKN 1 Cimahi (4.200 siswa), MAN Insan Cendekia (2.100 siswa), Santa Maria (1.800 siswa) dengan metode simulasi nyata surat suara, kotak suara, tinta indelible, dan tahapan pemilu lengkap, plus libatkan guru PPKn sebagai fasilitator lokal. "*Goes to Campus*" khusus Universitas Jenderal Achmad Yani menasar 8.450 mahasiswa baru dengan diskusi isu etika politik dan anti-politik uang. Diskusi OSIS 3 sesi ( dengan dua kali dilaksanakan di hotel Bandung, dan satu kali di kantor KPU) melibatkan 45 ketua OSIS SMA/SMK sebagai "influencer sekolah" dengan menyebarkan informasi ke teman sebaya via grup *WhatsApp* kelas. Sedangkan sosialisasi organisasi kemahasiswaan dilaksanakan sebanyak 5 sesi di hotel Bandung jangkau himpunan mahasiswa di Kota Cimahi. Hanya saja kendala pada waktu sosialisasi politik yang cukup sempit, mendekati waktu dengan pemilihan umum.

3. Dimensi Tempat Kerja : Komisi Pemilihan Umum (KPU) menghimbau Resmi 125 Perusahaan di Kota Cimahi, serta turut mengundang Organisasi Buruh dan juga Purnawirawan TNI-Polri. Dimensi tempat kerja strategis dalam menjangkau menjangkau pemilih pemula yang sudah bekerja pekerja. Komisi Pemilihan Umum (KPU) mengirim himbauan resmi No. 089/KPU/2024 kepada Dirut 125 perusahaan, agar karyawannya difasilitasi cuti voting shift pagi (07.00-13.00) dan siang (13.00-19.00), dengan hasil 112 perusahaan memberi izin. Adapun sosialisasi yang dilaksanakan dengan turut mengundang purnawirawan TNI-Polri di rumah

organisasi Disnaker dan organisasi buruh di hotel Bandung, dengan materi "hak pilih pekerja sesuai UU No. 7/2017".

4. Dimensi Teman Sebaya : Dengan turut mengundang 45 Ketua OSIS SMA/SMK dan 12 Organisasi Kemahasiswaan sebagai "Corong" Informasi. Dimensi teman sebaya efektif karena banyak pemilih pemula percaya teman seusia. Komisi Pemilihan Umum (KPU) melaksanakan tahap diskusi strategis yang dilaksanakan dua kali pada hotel Bandung dan satu kali di kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai duta pemilu informal. Diantara 12 organisasi kemahasiswaan terdapat organisasi HMI, PMII, GMNI, dan lain sebagainya.

5. Dimensi Media Massa : Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menjadikan media massa sebagai salah satu agen sosialisasi politik. Memakai media Instagram, TikTok, Youtube, Facebook. Selain itu langkah strategis yang diambil Komisi Pemilihan Umum (KPU) yaitu bekerja sama dengan beberapa partner, diantaranya dengan akun Info Cimahi, serta TV Lokal. Penyebaran informasi dilakukan melalui akun @kpu\_kotacimahi, dengan 42K followers, unggahan video TikTok yang viral mencapai 100k views, serta Facebook live sebanyak 73 sesi. Kerja sama dengan akun Instagram Info Cimahi juga membuahkan hasil yang bisa dikatakan cukup baik dengan repostan 100% konten KPU capai 18,7 juta penonton pemuda. Pada TV lokal seperti Bandung TV dengan 15 kali liputan live, Kompas TV sebanyak 7 kali wawancara, TVOne 5 kali penayangan, serta Radio Rama Raka sebanyak 22 talkshow malam. Inovasi yang dikembangkan yaitu video infografis mengenai "5 Langkah Coblos" dengan hasil 2,1 juta views, TikTok challenge #AkuPilihCimahi dengan hasil 847K views, live Q&A menjawab 3.492 pertanyaan pemula. Dalam menghadapi anti *hoax*s, Komisi Pemilihan Umum (KPU) melakukan koordinasi dengan jurnalis dalam tujuan menghindari informasi menyesatkan bagi seluruh kalangan khususnya bagi pemilih pemula.

6. Dimensi Kontak-Kontak Politik : Komisi Pemilihan Umum (KPU) melaksanakan komunikasi berjenjang. Diawali PPK yang mencakup 3 Kecamatan, kemudian PPS mencakup 15 Kelurahan, serta KPPS yang terdapat 278 TPS di Kota Cimahi. Dimensi kontak-kontak politik ini berjalan dengan hierarki struktur organisasi paling mudah dicakup. Setiap dimensi memiliki strategi pelaksanaan spesifik, mekanisme operasional terukur, indikator keberhasilan jelas, dan dampak partisipasi yang akan diuraikan secara rinci dan komprehensif pada subbab-subbab

berikutnya berdasarkan bukti empiris observasi lapangan, transkrip wawancara lengkap, dokumentasi visual, dan data resmi Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Proses analisis data menjadi salah satu tahap paling penting dalam penelitian kualitatif karena berfungsi untuk memahami secara mendalam semua informasi yang berhasil dikumpulkan peneliti dari berbagai informan selama masa penelitian berlangsung, sekaligus untuk memverifikasi dan memastikan bahwa temuan yang diperoleh benar-benar mencerminkan realitas yang ada di lapangan. Analisis data dalam penelitian ini sudah dimulai sejak hari pertama pengumpulan data dilakukan, sehingga berjalan paralel dan saling mendukung antara proses pengamatan langsung dengan proses penggalian informasi dari informan utama. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yang memungkinkan pengumpulan data dalam bentuk narasi lengkap, gambar dokumentasi, dan pengamatan langsung dalam situasi alami melalui teknik observasi partisipatif serta wawancara mendalam yang dilakukan secara tatap muka dengan informan kunci dari berbagai tingkatan yang terlibat dalam sosialisasi politik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi. Berkaitan langsung dengan penelitian berjudul "*Sosialisasi Politik oleh Komisi Pemilihan Umum dalam Meningkatkan Partisipasi Pemula dalam Pemilihan Umum Kota Cimahi Tahun 2024*", peneliti berupaya sebaik mungkin untuk menyajikan, menguraikan, dan membahas secara komprehensif semua data mentah yang berhasil didapatkan dari lapangan agar dapat diolah menjadi temuan yang jelas, terstruktur, dan bermanfaat bagi pembaca skripsi ini.

Setelah melalui proses penelitian yang panjang meliputi observasi langsung di berbagai lokasi sosialisasi Komisi Pemilihan Umum (KPU), wawancara mendalam dengan komisioner Komisi Pemilihan Umum (KPU), Tokoh Masyarakat Kota Cimahi, Perwakilan Organisasi Kota Cimahi, dan tentunya para pemilih pemula di Kota Cimahi, peneliti berhasil mengumpulkan berbagai fakta dan pengalaman nyata yang menjadi dasar pembahasan utama dalam skripsi ini. Semua informasi tersebut kemudian diolah dengan cermat untuk menemukan pola, strategi, kendala, serta dampak nyata dari setiap upaya sosialisasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi dalam upaya meningkatkan angka partisipasi pemilih pemula.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis komprehensif terhadap seluruh data lapangan yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dengan informan mulai dari ketua dan bidang sosialisasi pada Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi, tokoh masyarakat, organisasi kemahasiswaan hingga pemilih pemula usia 17-23 tahun. Serta triangulasi dengan sumber sekunder berupa Peraturan KPU No. 8/2023 dan No. 19/2023 tentang Sosialisasi Pemilu, penelitian ini menyimpulkan bahwa Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi telah berhasil meningkatkan partisipasi pemilih pemula dari 6.935 pada Pemilu 2019 menjadi 10.137 pada Pemilihan Umum 2024 atau melonjak signifikan dengan mencatat prestasi peringkat kedua terbaik se-Jawa Barat setelah Kota Bandung melalui implementasi strategi sosialisasi politik multi-dimensi yang terintegrasi, terukur, dan adaptif serta menjangkau melalui enam agen sosialisasi politik yaitu Agen Keluarga melalui sosialisasi PKK 45 RW dan komunitas perempuan pada 3 kecamatan dengan reach 4.523 rumah tangga, Agen Sekolah dengan program *"Goes to School"* 9 sesi pada sekolah-sekolah di Kota Cimahi, kemudian *"Goes to Campus"* dengan Kampus Universitas Jenderal Achmad Yani, diskusi dengan 45 ketua OSIS, selanjutnya Agen Tempat Kerja dengan memberi himbauan kepada 125 perusahaan dan undangan organisasi kepada buruh serta purnawirawan TNI-Polri, Agen Teman Sebaya masih dengan mengundang 45 ketua OSIS dan 12 organisasi kemahasiswaan di Kota Cimahi, Agen Media Massa melalui postingan pada akun Instagram maupun TikTok, kerjasama dengan akun Instagram Info Cimahi, serta dengan media televisi seperti liputan Bandung TV, Kompas TV, TVOne, juga dengan Radio Rama Raka), dan Dimensi kontak-kontak politik melalui komunikasi berjenjang dimulai dengan PPK yang mencakup 3 kecamatan, kemudia PPS terdapat 15 kelurahan, dan selanjutnya KPPS pada 278 TPS.

Keberhasilan luar biasa ini terbukti dari data resmi Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang mencatat penurunan golput pemilih pemula terbukti dari kenaikan partisipasi pemilih pemula sebanyak 3.202. Antusiasme antrean panjang di TPS dan feedback positif 89% dari quick survey 1.247 pemula yang menyatakan "sudah paham dan percaya diri coblos mandiri". Strategi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi terbukti mengubah pola pikir pemuda dari "pemilu ribet dan suara kecil" menjadi "saya bisa tentukan masa depan Cimahi" melalui pendekatan yang tepat sasaran sesuai karakteristik pemilih pemula di Kota Cimahi. Meskipun menghadapi kendala operasional seperti keterbatasan waktu. Sosialisasi politik

yang dilakukan kepada pemilih pemula yang dapat diimplementasikan di Indonesia dengan model *trickle-down communication* berbasis data *SICL*, *peer influence* OSIS, dan *digital amplification* via Info Cimahi yang terbukti 3x lebih efektif daripada iklan TV konvensional. Penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa sosialisasi politik berbasis *lokal context* dan *multi-channel reinforcement* mampu transformasi tantangan apatis pemuda menjadi partisipasi demokrasi yang berkualitas tinggi, berkontribusi pada konsolidasi demokrasi elektoral Kota Cimahi Tahun 2024.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. (2020). Memastikan Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 145-146.
- Ardian, D. K. (2019). Kajian Strategi Sosialisasi Politik Oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Ngawi Untuk Membentuk Pemilih Pemula Yang Cermat. *Jurnal Politik Regional*, 72-89.
- Arindi. (2024, Maret 6). Angka Partisipasi Pemilihan Umum di Sumedang.
- Noor, T. (2019). Peran Komisi Pemilihan Umum dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Konstitusi*, 45-60.
- Nugroho, Y. (2019). Kedaulatan Rakyat dan Mekanisme Pemilihan Umum dalam Sistem Demokrasi Indonesia. *Jurnal Konstitusi*, 375-379.
- Prasetyo, A. T. (2023). Peran Komisi Pemilihan Umum dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula di Indonesia. *Jurnal Politik dan Demokrasi*, 115-130.
- Prasetyo, H. (2019). Pendekatan Deskriptif dalam Penelitian Sosial: Konsep dan Implementasi. *Jurnal Metodologi*, 33-41.
- Perdede, M. (2014). *Implikasi Sistem Pemilihan Umum Indonesia*. Jurnal Recht Vinding, Media Pembinaan Hukum Nasional.
- Wardhani, P. S. (2018). Partisipasi Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*, 19.
- Wulandari, S. (2022). Sosialisasi Politik dan Pengaruhnya terhadap Sikap Politik Generasi Muda. *Jurnal Ilmu Politik*, 45-61.
- Buku:
- Almond, G. A. (1984). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Sage Publications.
- Budi, S. (2021). *Pemilihan Umum: Keadilan dan Partisipasi dalam Demokrasi*. Bandung: Refika Aditama.

- Budiardjo, M. (1998). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Kencana Media.
- Dr. Drs. Muhadam Labolo, M. D. (2022). *Sistem Politik Suatu Pengantar*. Jakarta: CV. Sketsa Media.
- Dr. Gun Gun Heryanto, M. d. (2019). *Literasi Politik*. Banguntapan Yogyakarta: Perpustakaan Nasional Katalog Dalam Terbitan (KTD)
- Dr. Gun Gun Heryanto, M. d. (2021). *Strategi Literasi Politik*. Banguntapan Yogyakarta: Perpustakaan Nasional, Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Efriza. (2012). *Sosialisasi Politik dan Partisipasi Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Karim, F. (2018). *Sosialisasi Politik dan Partisipasi Pemilih* . Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara.
- Meleong, L. J. (2014). *Metologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morrison, R. (2012). *Metologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rahman, F. (2007). *Teori dan Praktik Politik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Satrio, H. &. (2020). *Demokrasi dan Pemilihan Umum di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sitepu, M. (2012). *Sistem Pemilihan Umum dan Demokrasi di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, R. (1992). *Sosialisasi Politik: Konsep dan Prosesnya*. Jakarta: Rajawali Pers.