

ABSTRAK

Penelitian ini membahas implementasi strategi kehumasan yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Banyumas dalam mengoptimalkan partisipasi masyarakat pada Pilkada Bupati dan Wakil Bupati tahun 2024. Latar belakang penelitian ini didasari oleh rendahnya tingkat partisipasi masyarakat dalam Pilkada 2024 yang hanya mencapai 68,9%, menurun dibandingkan Pilkada sebelumnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivis, mengandalkan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi untuk memperoleh data. Teori utama yang digunakan adalah model komunikasi dua arah (Two-Way Symmetrical Communication) dari Grunig dan Hunt. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kehumasan KPU Banyumas dilakukan melalui berbagai bentuk sosialisasi seperti publikasi keliling, lomba selfie, khutbah di rumah ibadah, sosialisasi di TPS khusus, serta kerja sama dengan media. Meskipun strategi tersebut telah dilaksanakan, tantangan seperti dominasi calon tunggal, maraknya ajakan untuk memilih kotak kosong, minimnya cuti kerja pemilih, serta kurangnya efektivitas komunikasi masih menjadi hambatan. Penurunan partisipasi juga dipengaruhi oleh apatisme politik, pesimisme terhadap calon, serta kurangnya pemahaman masyarakat terhadap sistem pemilu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi kehumasan KPU telah berjalan namun perlu peningkatan pada sisi komunikasi yang lebih intensif, dialogis, dan menyentuh substansi demokrasi, bukan sekadar bersifat seremonial. Diperlukan pendekatan komunikasi yang lebih partisipatif dan berbasis kebutuhan publik untuk meningkatkan legitimasi dan kualitas demokrasi lokal.

Kata kunci: Strategi Kehumasan, Partisipasi Politik, Pilkada, Komisi Pemilihan Umum, Komunikasi Dua Arah.

ABSTRACT

This study aims to examine the implementation of public relations strategies carried out by the General Election Commission (KPU) of Banyumas Regency in optimizing public participation in the 2024 Regional Head Election (Pilkada) for Regent and Vice Regent. The significant decline in voter turnout, particularly in the context of a single candidate running against a blank box, serves as the main background for this research. A qualitative descriptive approach with a constructivist paradigm was employed. Data collection techniques included in-depth interviews, observation, and document analysis. The results show that KPU Banyumas applied various communication strategies such as direct outreach through community meetings, mobile publicity campaigns, religious sermons, and the use of social and mass media. A two-way symmetrical communication model was utilized to engage with the public and raise political awareness. However, these strategies faced challenges such as political apathy, low electoral literacy, and limited outreach to remote areas. The study concludes that while KPU Banyumas's public relations strategies were fairly effective, stronger and more participatory communication efforts are needed to build public trust and enhance the legitimacy of local elections.

Keywords: Public Relations Strategy, Political Participation, KPU, 2024 Regional Election, Two-Way Communication.

