

EFEKTIVITAS SOSIALISASI POLITIK PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF TAHUN 2014 OLEH KOMISI PEMILIHAN UMUM

Yusa Djuyandi

Marketing Communication Department, Faculty of Economic and Communication, BINUS University
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
yusa@binus.ac.id

ABSTRACT

Based on data from the Election Commission, the number of public participation in the elections of 2004 was 84%, while at the elections of 2009 the number of participation decreased to 71%. The declining participation shows increasing number of participants who did not vote or abstain. This phenomenon needs to be taken seriously by the Election Commission to conduct intensive socialization. The purpose of this study was to analyze the effectiveness of political socialization in the 2014 legislative elections by the Election Commission. The research method used was a qualitative method, the research data consists of primary and secondary data. Primary data is done through observation and interview techniques. Results and Discussion revealed that political socialization is very important. KPU socialization process, not just invite people to come to the polling stations (TPS), but also urge people to maintain order and the smooth running of the 2014 election. Commission was targeting 75% of community participation, and based on the results of the final calculation, the data shows the number of public participation is 75.11%. The conclusion of this study is the Commission has successfully reached its target in suppressing the number of abstain, and this shows that the Commission has effectively conduct political socialization.

Keywords: political participation, political socialization, and general election

ABSTRAK

Berdasarkan data dari KPU, jumlah partisipasi masyarakat dalam pemilu tahun 2004 adalah 84%, sementara pada pemilu tahun 2009 jumlah partisipasi menurun menjadi 71%. Partisipasi yang menurun ini, menunjukkan semakin meningkat jumlah partisipan yang tidak menggunakan hak pilih atau Golput. Fenomena ini perlu disikapi dengan serius oleh Komisi Pemilihan Umum dengan melakukan sosialisasi yang intensif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis efektivitas sosialisasi politik pada pemilihan umum legislatif tahun 2014 oleh Komisi Pemilihan Umum. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer dilakukan melalui teknik observasi dan wawancara. Hasil dan Pembahasan mengungkapkan bahwa sosialisasi politik merupakan hal yang sangat penting. Proses sosialisasi yang dilakukan KPU, tidak hanya mengajak masyarakat untuk datang ke tempat pemungutan suara (TPS), tetapi juga mengajak masyarakat untuk menjaga ketertiban dan kelancaran Pemilu 2014. KPU sendiri menargetkan 75% partisipasi masyarakat, dan berdasarkan hasil perhitungan akhir, data menunjukkan jumlah partisipasi masyarakat adalah 75,11%. Kesimpulan penelitian ini adalah KPU telah berhasil mencapai targetnya dalam menekan angka Golput, dan ini menunjukkan bahwa KPU telah secara efektif melakukan sosialisasi politik.

Kata kunci: partisipasi politik, sosialisasi politik, pemilihan umum

PENDAHULUAN

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan salah satu sarana suksesi politik dalam sebuah negara yang demokratis, melalui pemilu rakyat diberikan kesempatan secara langsung untuk memilih wakil-wakil yang akan duduk di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Keberhasilan sebuah negara dalam menyelenggarakan pemilu yang bersifat langsung, umum, bebas dan rahasia akan menjadi tolak ukur nilai kesuksesan penyelenggaraan demokrasi, suara rakyat dalam sebuah negara demokrasi merupakan nilai yang sangat berharga sebab rakyat yang menentukan pemerintahan itu sendiri. Abraham Lincoln pernah mengungkapkan bahwa demokrasi adalah pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat.

Tahun 2014 merupakan tahun yang sangat penting bagi Bangsa Indonesia sebab untuk yang keempat kalinya di masa reformasi bangsa ini menyelenggarakan Pemilu sebagai sebuah ajang pesta demokrasi, layaknya sebuah pesta maka seluruh rakyat Indonesia dapat turut merasakan kegembiraan. Tetapi, ternyata masih muncul sikap pesimis bahwa Pemilu tahun ini tidak akan membawa perubahan yang signifikan bagi rakyat, di mana kegembiraan rakyat yang diharapkan terwujud dalam bentuk kesejahteraan rakyat diperkirakan masih akan sulit tercapai. Sikap pesimistis yang mempertanyakan apakah hasil pemilu akan membawa perubahan positif yang berarti bagi rakyat (dalam kata lain menggembirakan rakyat) ternyata berkorelasi terhadap rendahnya partisipasi politik masyarakat dalam Pemilu. Berbagai permasalahan politik yang terjadi, seperti kasus korupsi di kalangan politisi, anggota dewan maupun pemerintahan (eksekutif), serta kebijakan-kebijakan yang tidak pro rakyat telah memunculkan stigma bahwa Pemilu di masa reformasi pun ternyata tidak memberikan sebuah perubahan yang positif dan menggemberikan bagi rakyat.

Partai politik disisi lain juga menjadi salah satu penyebab rendahnya tingkat partisipasi politik masyarakat dalam Pemilu, sebab keberadaan partai terkesan hanya simbolik semata, yaitu partai dan elite partai baru benar-benar hadir di masyarakat ketika Pemilu dan setelahnya seolah menjauh dari masyarakat. Berbagai kondisi tersebut kemudian memunculkan semacam keengganan bagi sebagian masyarakat untuk ikut serta dalam proses politik ini (Pemilu), dan fakta menunjukkan bahwa dalam setiap periode pemilihan umum angka golongan putih (Golput) pun semakin meningkat.

Komisioner dari Komisi Pemilihan Umum (KPU), Rizkiyansyah (2014) mengatakan, tingkat partisipasi masyarakat terhadap pemilu terus menurun. Berdasarkan data dari KPU, angka partisipasi pemilih dalam pemilu calon Legislatif pada tahun 2004 berjumlah 84%. Sementara pada pemilu tahun 2009 jumlahnya menurun menjadi 71%. Menurut Rizkiyansyah (2014) ada beberapa faktor yang menyebabkan turunnya angka partisipasi pemilu, diantaranya adalah menurunnya kepuasan masyarakat terhadap kinerja lembaga eksekutif, selain itu tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja di semua sektor pemerintahan turun hingga 40%. Sekitar 90,2 % dari responden pun menyebut tidak puas terhadap kinerja partai politik.

Di Negara yang menganut paham demokrasi, bentuk partisipasi politik masyarakat yang paling mudah diukur adalah ketika pemilihan umum berlangsung. Perilaku warga negara yang dapat dihitung intensitasnya adalah melalui perhitungan persentase orang yang menggunakan hak pilihnya (*voter turnout*) dibanding dengan warga negara yang memiliki hak pilih secara keseluruhan. Negara yang telah stabil dalam kehidupan berdemokrasi, biasanya tingkat partisipasi politik warganya sangat stabil, tidak fluktuatif. Oleh karena itu, semakin meningkatnya angka golput menjadi pertanda yang tidak baik bagi perkembangan iklim demokrasi di Indonesia, sebab jika angka ini semakin bertambah tinggi maka demokrasi tidak akan berjalan dengan baik.

Tingginya angka golput tentu perlu disikapi dengan serius oleh penyelenggara pemilu, yakni Komisi Pemilihan Umum (KPU), namun demikian partai politik pun seharusnya memikirkan hal yang

sama dan membantu KPU untuk meminimalisir angka golput sebab Parpol mempunyai kontribusi terhadap semakin rendahnya partisipasi politik masyarakat. Tugas KPU sekarang adalah bagaimana menumbuhkan tingkat partisipasi masyarakat, dan bagaimana menumbuhkan kesadaran politik dari masyarakat. Untuk itu tentu perlu dilakukan sebuah proses sosialisasi yang intensif kepada masyarakat tentang pentingnya Pemilu bagi kehidupan berbangsa dan bernegara.

Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti merasa tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang akan mengangkat topik atau judul tentang sosialisasi politik pemilihan umum legislatif. Dari penelusuran terhadap beberapa penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian yang juga telah mengangkat topik tentang sosialisasi politik, diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Limbong (2009) yang menekankan tentang pentingnya sosialisasi politik yang dilakukan partai politik, khususnya untuk membentuk sikap dan orientasi politik anggota masyarakat.

Berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Kuswandi dan Syaefa (2013), kedua peneliti tersebut mengungkapkan hasil penelitiannya yang menunjukkan bahwa tingkat intensitas sosialisasi pelaku UKM dalam berhubungan dengan agen-agen sosialisasi politik cenderung tinggi. Tingginya tingkat intensitas tersebut menunjukkan adanya interaksi yang sangat baik dengan agen sosialisasi politik. Penelitian itu juga mengungkapkan adanya hubungan korelasional yang positif antara sosialisasi politik yang dialami oleh pelaku UKM dengan budaya politiknya.

Penelitian lain yang juga mengangkat topik tentang sosialisasi politik adalah Syarah (2012) yang dari penelitian itu diketahui bahwa langkah pertama yang dilakukan Partai NasDem sebelum tahap strategi sosialisasi adalah membangun infrastruktur. Dalam hal sosialisasi politik Partai NasDem menggunakan serangan udara yakni melalui media massa termasuk MetroTV dan serangan darat yakni langsung turun ke masyarakat. Keberadaan MetroTV diakui NasDem membantu dalam memperkenalkan eksistensi partai agar membentuk citra yang baik di mata masyarakat.

Dari adanya uraian singkat tentang permasalahan penelitian di atas dan juga pemaparan tentang penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk mengangkat sebuah karya tulis ilmiah dengan judul “Efektivitas Sosialisasi Politik Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014 oleh Komisi Pemilihan Umum”. Penentuan judul penelitian tersebut didasari atas kekosongan penelitian sebelumnya yang belum mengangkat tentang efektivitas sosialisasi politik Pemilu legislatif oleh KPU. Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana efektivitas sosialisasi politik pemilihan umum legislatif tahun 2014 oleh Komisi Pemilihan Umum?

Dari rumusan masalah tersebut kemudian ditentukan tujuan dan manfaat penelitian. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis efektivitas sosialisasi politik pemilihan umum legislatif tahun 2014 oleh Komisi Pemilihan Umum. Sedangkan manfaat atau kegunaan hasil penelitian dapat diklasifikasikan menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut: (1) Manfaat Teoritis: penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang terkait dengan ilmu politik. (2) Manfaat Praktis: Sebagai sarana belajar untuk mengintegrasikan pengetahuan dan kemampuan dalam bidang politik, khususnya yang menyangkut tentang efektivitas sosialisasi politik.

Landasan Teori

Sosialisasi pada umumnya dipahami sebagai sebuah proses belajar, kondisi ini terjadi karena pada dasarnya sifat manusia adalah tidak akan pernah puas untuk belajar sesuatu hal yang belum diketahuinya, seperti belajar mengenai peran, norma dan nilai untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan sosialnya. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Berger (dalam Sutaryo, 2005) bahwa sosialisasi merupakan proses dengan mana seseorang belajar menjadi anggota masyarakat. Dalam suatu proses politik, sosialisasi politik menjadi suatu hal yang penting karena terdapat keterlibatan

individu-individu sampai dengan kelompok-kelompok dalam satu sistem untuk berpartisipasi dalam sebuah proses politik. Menurut Almond dan Verba, dalam Zuhri (2010), secara luas sosialisasi politik merupakan transmisi dari budaya politik kepada generasi yang baru di suatu masyarakat tertentu.

Definisi yang hampir serupa juga diungkapkan pula oleh Mas'ood (2008), yang mengungkapkan bahwa sosialisasi politik menunjuk pada proses-proses pembentukan sikap-sikap politik dan pola-pola tingkah laku. Dengan sosialisasi politik suatu generasi untuk mewariskan patokan-patokan dan keyakinan-keyakinan politik kepada generasi sesudahnya, proses ini disebut transmisi kebudayaan. Sosialisasi politik merupakan produk dari fenomena mikro dan makro yang saling bertautan. Pertanyaan mendasar pada level makro dalam penelitian sosialisasi politik adalah bagaimana masyarakat politik mewariskan nilai-nilai, sikap-sikap, kepercayaan-kepercayaan, dan pendapat-pendapat serta perilaku kepada masyarakat? Studi sosialisasi politik pada level mikro mempertanyakan: bagaimana dan mengapa orang-orang menjadi warga negara? Pada level makro sistem politik, sosialisasi politik merupakan alat yang digunakan masyarakat politik untuk menanamkan norma-norma dan praktek-praktek yang tepat kepada warganya. Sedangkan pada level mikro, sosialisasi politik merupakan pola-pola dan proses yang dilalui individu dalam melibatkan diri dalam pembangunan dan pembelajaran politik, membentuk konteks yang khusus dengan lingkungan politik tempat tinggalnya (Sapiro, 2004).

Pengertian sosialisasi politik menurut Wright (dalam Sutaryo, 2005) adalah proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan (sampai tingkat tertentu) norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain. Menurut Koirudin (2004) sosialisasi politik adalah proses dimana seseorang memperoleh sikap dan orientasi terhadap fenomena politik, yang pada umumnya berlaku dalam masyarakat dimana ia berada. Setiap masyarakat mempunyai cara-cara untuk mensosialisasikan penduduknya di dalam kehidupan politik. Biasanya proses sosialisasi berjalan berangsur-angsur dari kanak-kanak sampai dewasa.

Greenstein (dalam Rush dan Althoff, 2008) menjelaskan pengertian sosialisasi politik dalam arti sempit dan luas, yaitu: (1) Dalam arti sempit adalah penanaman informasi yang disengaja, nilai-nilai dan praktek-praktek yang oleh badan-badan intruksional secara formal ditugaskan untuk tanggung jawab. (2) Sedangkan dalam arti luas adalah semua usaha untuk mempelajari, baik formal maupun informal, disengaja ataupun tidak direncanakan, pada setiap tahap siklus kehidupan, dan termasuk didalamnya tidak secara eksplisit masalah belajar saja, akan tetapi juga secara nominal belajar bersikap mengenai karakteristik-karakteristik kepribadian yang bersangkutan.

Pada dasarnya penyebaran informasi mengenai nilai-nilai dan norma-norma adalah inti dari sosialisasi yang dilakukan oleh badan-badan atau kelompok kepentingan untuk menanamkan nilai-nilai, sikap-sikap dan pengetahuan pada objek sosialisasi. Menurut David Easton dan Jack Dennis (dalam Rush dan Althoff, 2008), sosialisasi politik adalah suatu proses perkembangan seseorang untuk mendapatkan orientasi-orientasi dan pola tingkah lakunya.

Sosialisasi politik menurut Syarbaini, dkk. (2004) adalah proses pembentukan sikap dan orientasi politik pada anggota masyarakat. Masyarakat melalui proses sosialisasi politik inilah memperoleh sikap dan orientasi terhadap kehidupan politik yang berlangsung dalam masyarakat. Proses ini berlangsung seumur hidup melalui pendidikan formal dan informal atau tidak sengaja melalui kontak dan pengalaman sehari-hari, baik dalam kehidupan keluarga atau tetangga maupun dalam pergaulan masyarakat.

Dari beberapa pandangan ahli di atas setidaknya terdapat kesamaan yang menunjukkan bahwa pada dasarnya sosialisasi politik merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sistem politik pada seseorang, dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksi-reaksinya terhadap

gejala-gejala politik. Sosialisasi politik dengan demikian juga menunjukkan bagaimana seharusnya masing-masing anggota masyarakat berpartisipasi dalam sistem politiknya.

Jenis-Jenis Sosialisasi Politik

Terdapat berbagai jenis sosialisasi politik, dan apabila dikaitkan dengan prosesnya sosialisasi dapat dibagi kedalam dua jenis, yaitu: (1) Sosialisasi primer, sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosialisasi ini berlangsung pada saat kanak-kanak. (2) Sosialisasi sekunder, adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu ke dalam kelompok tertentu dalam masyarakat. (Susanto, 2012). Kedua proses tersebut berlangsung dalam institusi total, yaitu tempat tinggal dan tempat bekerja. Dalam kedua institusi tersebut, terdapat sejumlah individu dalam situasi yang sama, terpisah dari masyarakat luas dalam jangka waktu tertentu, bersama-sama menjalani proses kehidupan, dan diatur secara formal.

Sedangkan berdasarkan tipenya, jenis-jenis sosialisasi oleh Syarbaini, dkk. (2004) dibagi menjadi dua, yaitu: (1) Sosialisasi formal, yaitu sosialisasi yang dilakukan melalui lembaga-lembaga berwenang menurut ketentuan negara atau melalui lembaga-lembaga yang dibentuk menurut undang-undang dan peraturan pemerintah yang berlaku. (2) Sosialisasi informal, yaitu sosialisasi yang bersifat kekeluargaan, pertemanan atau sifatnya tidak resmi. Sosialisasi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemerintahan, seperti halnya Komisi Pemilihan Umum, disebut sosialisasi formal karena lembaga tersebut mempunyai kewenangan serta mempunyai landasan hukum, selain itu materi yang disampaikan oleh lembaga tersebut merupakan kebijakan pemerintah. Jenis sosialisasi formal merupakan jenis yang sering digunakan oleh pemerintah dalam mensosialisasikan program atau kebijakan yang baru dibuat kepada masyarakat, sebagaimana misalnya Komisi Pemilihan Umum dalam mensosialisasikan proses pemilihan umum.

METODE

Penelitian ini dilakukan melalui teknik observasi dan wawancara. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer, yaitu dari informan dan observasi, serta data sekunder di lapangan. Untuk itu desain penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian ini dipilih dan dianggap tepat karena metode kualitatif relevan dan cocok dengan masalah penelitian yang diajukan melalui interpretasi proses dan makna.

Sumber data ini terbagi menjadi dua jenis sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui observasi di lapangan dan wawancara dengan informan. Data sekunder yang akan dijangkau adalah melalui studi dokumentasi, yaitu data yang diperoleh melalui dokumentasi yang relevan dengan penelitian ini. Informan yang dipilih adalah para pengamat politik dan juga Komisioner Komisi Pemilihan Umum (KPU). Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data dari KPU, berupa hasil Pemilu legislatif, dan studi dari berbagai literatur dan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

Adapun alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini berupa daftar wawancara sebagai uraian lebih lanjut dari pertanyaan penelitian, pedoman observasi, dan dokumentasi. Teknik ini dipilih untuk memberi kemudahan dalam kegiatan penelitian tidak dimaksudkan untuk membatasi tingkat fleksibilitas peneliti sebagai instrumen di lapangan. Wawancara dilakukan dengan para pengamat politik dan juga Komisioner Komisi Pemilihan Umum (KPU). Observasi dilakukan dari proses sosialisasi politik yang dilakukan oleh KPU. Lebih lanjut, proses pengumpulan data pada penelitian ini disesuaikan dengan jenis penelitian. Data yang dihimpun dalam penelitian ini, yaitu berupa kata-kata,

tindakan, dokumen, situasi, dan peristiwa yang dapat diobservasi. Sumber data yang dimaksud adalah kata-kata diperoleh secara langsung atau tidak langsung melalui observasi dan wawancara dan dokumen berupa catatan kegiatan yang tersimpan dalam dokumentasi.

Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini didasarkan atas kriteria tertentu yaitu derajat kepercayaan dan kebenaran data (*credibility*) yang diperoleh dari informan yang terlibat dalam proses sosialisasi politik Pemilu legislatif, kebenaran (*correctness*) suatu deskripsi, kesimpulan, dan penjelasan (*explanation*) yang dapat diketahui dari kesesuaian dengan peraturan perundangan serta naskah/dokumen penting lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam rangkaian pelaksanaan pemilihan umum (Pemilu) sosialisasi politik merupakan salah satu tahapan penting sehingga prosesnya tidak bisa dikesampingkan oleh penyelenggara Pemilu. Banyak kasus yang terjadi memperlihatkan bahwa proses sosialisasi politik yang tidak berjalan dengan baik telah menimbulkan dampak terhadap jalannya Pemilu yang tidak sesuai dengan harapan, sebagai contohnya adalah minimnya partisipasi politik masyarakat Kota Depok dalam Pilkada Kota Depok disinyalir oleh sebagian LSM disebabkan oleh minimnya sosialisasi politik yang dilakukan oleh KPUD Kota Depok.

Sosialisasi politik Pemilu merupakan hal yang sangat penting di saat sebagian masyarakat masih mempertanyakan tentang pentingnya Pemilu bagi mereka, terlebih disaat banyak masyarakat merasa pesimis bahwa Pemilu dapat membawa perubahan yang berarti bagi kehidupan berbangsa dan bernegara. Di tengah-tengah munculnya pesimisme masyarakat soal Pemilu maka sosialisasi Pemilu menjadi penting untuk dilakukan, hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang baik kepada masyarakat tentang urgensi Pemilu tersebut sehingga muncul sikap proaktif dari masyarakat untuk memberikan hak suaranya secara baik, benar dan penuh tanggung jawab.

Terkait dengan pentingnya sosialisasi politik dalam Pemilu, seorang informan dari Komisioner KPU, Rizkiyansyah (2014), mengungkapkan bahwa dengan adanya sosialisasi politik diharapkan semua masyarakat Indonesia dapat terlibat dalam Pemilu 2014 sehingga pesta demokrasi ini dapat berjalan tertib, lancar, dan sukses. Dari apa yang telah diungkapkan, KPU sendiri mengharapkan pesta demokrasi lima tahunan ini dapat diikuti oleh seluruh masyarakat Indonesia yang memiliki hak pilih, sehingga perwujudan demokrasi yang disalurkan melalui Pemilu benar-benar dapat terlaksana. Namun demikian proses sosialisasi yang dilakukan tentunya tidak sebatas mengajak masyarakat untuk datang ke tempat pemungutan suara (TPS), tetapi juga mengajak masyarakat untuk menjaga ketertiban dan kelancaran Pemilu 2014.

Pentingnya menjaga ketertiban dan kelancaran Pemilu juga disosialisasikan oleh KPU, mulai dari tingkat pusat sampai dengan tingkat daerah (KPUD), sebab proses Pemilu seringkali disuguhkan oleh adanya persaingan politik yang tidak sehat ketika memasuki masa kampanye. Beredarnya kampanye hitam atau yang lebih dikenal dengan *black campaign* merupakan hal yang berbahaya sebab *black campaign* cenderung menyudutkan atau menyerang lawan politik tanpa disertai dengan bukti yang dapat dipertanggung jawabkan sehingga dapat memicu konflik politik, terutama di tingkat bawah (*grass root*). Dengan adanya sosialisasi politik diharapkan dapat menekan atau meminimalisir terjadinya konflik politik, sejauh masyarakat diberi pemahaman yang sangat jelas tentang bahaya *black campaign* bagi stabilitas keamanan, ketertiban dan kelancaran Pemilu.

Adapun komisioner KPU, Rizkiyansyah (2014), mengungkapkan bahwa sosialisasi politik yang dilakukan KPU tidak hanya mencoba untuk mengajak masyarakat untuk ikut memberikan suara

tetapi juga bagaimana agar masyarakat turut serta menjaga ketertiban dan kelancaran Pemilu dengan tidak turut mendukung dan mengindahkan kampanye hitam. Selama ini menurut Ferry bahwa kemajuan teknologi seperti SMS dan BBM rentan disalahgunakan untuk menyebarkan informasi yang tidak tepat terhadap partai politik atau kandidat politik tertentu, dan masyarakat seringkali dengan mudahnya kemudian menyebarkan informasi tersebut, baik melalui *broadcast message* ataupun SMS berantai.

Apa yang dilakukan oleh KPU dalam mensosialisasikan tentang pentingnya menjaga ketertiban dan kelancaran Pemilu dengan tidak mengindahkan dan mendukung kampanye hitam merupakan salah satu langkah tepat, sebab sosialisasi politik tidak hanya terkait dengan bagaimana mengajak masyarakat untuk memilih tetapi juga bagaimana masyarakat dapat menginternalisasikan nilai-nilai dan norma-norma yang ada. Pandangan ini sesuai dengan Wright (dalam Sutaryo, 2005) yang mengungkapkan bahwa sosialisasi politik juga terkait dengan bagaimana seseorang menginternalisasikan norma-norma sosialnya, serta pandangan Greenstein (dalam Rush dan Althoff, 2008) yang mendefinisikan bahwa sosialisasi secara sempit adalah penanaman informasi dan nilai-nilai politik.

Sasaran Sosialisasi Politik

Berdasarkan keterangan yang diperoleh dari informan Komisioner KPU, bahwa sasaran sosialisasi Pemilu antara lain pemilih pemula, perempuan, kalangan kampus, sekolah, organisasi masyarakat, partai politik, dan pemerintah daerah. Setelah KPU menetapkan sasaran itu kemudian KPU bersama-sama dengan panitia pemungutan suara (PPS) di tingkat kelurahan dan panitia pemilihan kecamatan (PPK) di tingkat kecamatan mengundang perwakilan berbagai kalangan masyarakat untuk mengikuti sosialisasi pemilu, perwakilan-perwakilan itulah yang kemudian diharapkan juga dapat membantu KPU dalam mensosialisasikan Pemilu dengan baik kepada masyarakat luas.

Diantara sekian banyak sasaran sosialisasi, tampaknya pemilih pemula menjadi sasaran terpenting kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU, hal ini karena tahun ini tercatat 53 juta pemuda Indonesia menjadi pemilih mula dalam Pemilu. Besarnya angka ini menunjukkan bahwa generasi muda dapat menjadi agen perubahan bagi bangsa, salah satunya lewat Pemilu. Menurut Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Indonesia (UI), Arie Setiabudi Soesilo, perubahan adalah satu hal yang konstan. Perubahan hanya akan terjadi jika kita menjadikan pemuda sebagai bagian dari kehidupan berbangsa dan bernegara. Tanpa partisipasi dari para generasi muda maka perubahan akan sulit terjadi.

Khusus untuk sasaran pemilih pemula yang notabene banyak diantaranya merupakan pelajar SMA ataupun Mahasiswa, KPU melakukan kerjasama dengan sekolah-sekolah dan beberapa perguruan tinggi. Sebagai contohnya dari kalangan guru, terutama yang mengampu pelajaran kewarganegaraan, bisa memberikan materi tentang pemilu mendatang saat kegiatan belajar mengajar di sekolah. Menurut Komisioner KPU, Rizkiyansyah (2014), untuk anak-anak SMA yang sudah berhak mengikuti pemilihan, hal itu penting untuk diketahui. Akan tetapi, selain melalui guru menurutnya proses sosialisasi juga dilakukan melalui OSIS, sekolah mengundang kami atau kami mengundang perwakilan OSIS. Hal tersebut diakuinya turut membantu proses sosialisasi politik menjelang Pemilu.

Adapun kerjasama dengan beberapa perguruan tinggi diantaranya dilakukan dengan melibatkan Himpunan Mahasiswa (Hima) atau Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM), seperti misalnya dengan Hima Sosiologi Universitas Bengkulu, dengan Universitas Indonesia, Institut Pertanian Bogor (IPB), dan lain sebagainya. Menurut Komisioner KPU, Rizkiyansyah (2014), kegiatan-kegiatan di kampus umumnya dilakukan dengan menggelar kegiatan seminar atau *talks show* dengan tema "Sukseskan Pemilu, Pemilih Pemula dan Fenomena Golput". Kegiatan *talk show*, seminar ataupun

diskusi dianggap lebih mengenai sasaran untuk kalangan akademisi yang dianggap lebih kritis atas fenomena politik yang terjadi.

Dari keterangan lebih lanjut yang dikemukakan oleh informan yang merupakan Komisioner KPU, kegiatan KPU *Goes to Campus* merupakan program sosialisasi politik menjelang Pemilu yang diharapkan mampu memberikan informasi dan pencerahan terhadap Pemilu 2014. Ditegaskannya bahwa pemilih pemula, khususnya Mahasiswa, merupakan pemilih potensial, dengan kegiatan ini pula Mahasiswa diharapkan menjadi corong pentingnya pemilu, terutama dalam situasi sekarang.

Dari berbagai informasi yang telah dikemukakan oleh informan tersebut, peneliti menganalisis bahwa yang dilakukan oleh KPU dengan mencoba untuk merangkul pemilih pemula yang umumnya merupakan kelompok terpelajar, adalah suatu hal yang tepat. Argumentasi bahwa apa yang dilakukan KPU tersebut sudah tepat didasarkan pada fakta bahwa kelompok kritis yang notabene adalah kelompok terpelajar lebih banyak memiliki pengaruh dimata masyarakat, disamping jumlahnya yang cukup besar, yaitu mencapai 53 juta pemilih. Pelajar atau Mahasiswa seringkali dianggap sebagai *agent of change* karena pemikirannya yang akademis dan kritis, kelompok ini diyakini dapat memberikan informasi dan pencerahan kepada masyarakat, karenanya penting bagi KPU untuk terlebih dahulu memberikan pemahaman yang tepat kepada mereka melalui program sosialisasi.



Gambar 1nSosialisasi Pemilu di Kampus (KPU *Goes to Campus*)
Sumber: KPU, 2014.

Efektivitas Sosialisasi Politik dalam Pemilu Legislatif

Sebelum pemilihan umum legislatif tahun 2014 dilaksanakan Komisi Pemilihan Umum (KPU) menargetkan partisipasi pemilih pada Pemilu mencapai angka 75%. Angka tersebut terbilang cukup tinggi apabila mengacu pada rendahnya partisipasi pemilih pada Pemilu sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan komisioner KPU diketahui bahwa hasil Pemilu tahun 2009 partisipasi pemilih mencapai 71%.

Untuk mengejar target 75% angka partisipasi politik masyarakat dalam Pemilu 2014 maka menurut informan dari komisioner KPU, Rizkiyansyah (2014), KPU gencar melakukan sosialisasi ke berbagai kalangan, dengan masuk ke berbagai kampus, sekolah, kelompok tani, rumah sakit, dan kelompok masyarakat lainnya. Sosialisasi tersebut diyakini oleh informan dapat menekan angka Golput yang dari pelaksanaan Pemilu sebelumnya masih tergolong cukup tinggi, yakni sebesar 29%.

Mengacu kepada fenomena Golput yang terus terjadi dari setiap Pemilu maka diperlukan perjuangan ekstra oleh KPU untuk mewujudkan targetnya, sebab Golput salah satunya muncul karena kekecewaan masyarakat terhadap peserta Pemilu, dan tugas KPU adalah meyakinkan masyarakat tentang pentingnya Pemilu dalam sistem politik demokrasi dengan tetap menjadikan masyarakat sebagai pemilih yang kritis dan cerdas.

Berbagai upaya yang dilakukan oleh KPU untuk mengejar target 75% partisipasi pemilih menjadi tidak sia-sia, sebab berdasarkan hasil perhitungan *real* yang telah dirampungkan oleh KPU dari hasil Pemilu legislatif 9 April 2014 tercatat partisipasi masyarakat berada pada angka 75,11% dengan jumlah masyarakat Indonesia yang menggunakan hak pilihnya sebesar 124.972.491 jiwa. Apabila mengacu pada ketercapaian angka ini tentunya pelaksanaan Pemilu legislatif tahun 2014 dapat dikatakan lebih sukses dibandingkan dengan dua Pemilu sebelumnya (2004 dan 2009), kondisi ini terlihat dari keberhasilan KPU mencapai targetnya untuk mendorong partisipasi politik minimal sebesar 75%, yang bahkan sedikit melebihi target, serta berhasilnya KPU menekan angka Golput ditengah-tengah meningkatnya apatisisme politik masyarakat sebelum proses Pemilu dimulai.

Pengamat politik Jen Zuldi dari Care Institute menilai apa yang ditorehkan oleh KPU saat ini bukan suatu hal yang luar biasa, mengingat masih banyak permasalahan-permasalahan yang terjadi ketika proses kampanye, pemilihan, maupun perhitungan suara. Sosialisasi Pemilu yang dilakukan KPU dinilai masih sebatas bagaimana mengajak masyarakat datang ke TPS dengan tujuan menekan angka golput dan memberikan pendidikan bagaimana cara memilih, sedangkan sosialisasi Pemilu lainnya seperti bagaimana masyarakat menghindari *money politics* dan *black campaign* belum terlalu fokus.

Apa yang diungkapkan oleh Jen Zuldi menurut peneliti merupakan suatu hal yang tidak sepenuhnya salah sebab peneliti pun melihat masih banyak pelanggaran-pelanggaran kampanye yang dilakukan oleh partai politik atau calon legislatif dari partai tertentu, sebagai contohnya adalah ditemukannya aktivitas politik uang dengan cara menyebarkan uang pada saat kampanye maupun sebelum waktu pencoblosan. Selain persoalan politik uang peneliti juga melihat adanya permasalahan lain seperti masih beredarnya *black campaign* ataupun sindiran politik yang meluas di masyarakat, sebagai contohnya serangan politik kotor yang diarahkan pada Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dengan munculnya spanduk Lawan PKS atau yang diartikan Partai Korupsi Sapi. Meskipun masih terdapat beberapa kekurangan dalam melakukan sosialisasi, namun demikian secara keseluruhan proses sosialisasi politik yang dilakukan KPU dalam Pemilu legislatif tahun 2014 ini dapat dikatakan berhasil dan cukup efektif.



Gambar 2 *Black Campaign* atau Serangan terhadap PKS

SIMPULAN

Sosialisasi politik dalam Pemilu merupakan hal yang sangat penting untuk menunjang keberhasilan Pemilu itu sendiri, khususnya untuk menekan angka golput dan memberikan semacam penanaman nilai atau norma sosial sehingga bisa meminimalisir *black campaign*. Proses sosialisasi politik Pemilu legislatif oleh KPU yang dilakukan dengan cara mendatangi beberapa kampus, sekolah, maupun kelompok masyarakat tertentu dinilai efektif sebab mampu menekan angka golput disaat muncul kekhawatiran akan semakin rendahnya partisipasi politik masyarakat sebagai akibat maraknya kasus korupsi yang menimpa kader partai. Hasil Pemilu yang menunjukkan bahwa angka partisipasi masyarakat dalam Pemilu adalah sebesar 75,11% menjadi bukti bahwa KPU telah berhasil mencapai targetnya dalam menekan angka golput, dan ini menunjukkan ada perbaikan kinerja KPU dibandingkan dengan periode Pemilu sebelumnya. Efektifnya proses sosialisasi politik yang dilakukan KPU diharapkan tidak berhenti hanya pada periode Pemilu tahun ini, masih banyak pekerjaan rumah yang harus diselesaikan oleh KPU sebab masih ada permasalahan lain yang juga tidak kalah penting dalam proses sosialisasi politik, diantaranya menekan terjadinya politik uang dan kampanye hitam. Kedepan KPU harus lebih intens dalam mensosialisasikan Pemilu yang bersih disamping dengan terus berupaya meminimalisir angka golput yang masih cukup besar (sebesar 24,89%).

DAFTAR PUSTAKA

- Koirudin. (2004). *Partai Politik dan Agenda Transisi Demokrasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Komisi Pemilihan Umum. (2014, 9 Mei). *Rekapitulasi Jumlah Perolehan Suara Sah Parpol dalam Pemilu 2014*. Jakarta: Komisi Pemilihan Umum (KPU).
- Kuswandi, A., Syaefa, A. (2013). Hubungan Sosialisasi Politik dan Budaya Politik Pelaku UKM di Kecamatan Mustikajaya Kota Bekasi. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM*, 01. Diakses dari <http://jipsi.fisip.unikom.ac.id/jurnal/hubungan-sosialisasi-politik.23>
- Limbong, J. (2004). *Sosialisasi Politik DPD Partai Amanat Nasional Kota Medan dalam Pemilu Legislatif 2004*. Skripsi Program Strata Satu, Universitas Sumatera Utara.
- Mas' oed, M. (2008). *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gadjah Mada Univerity Press.
- Rizkiansyah, F. K. (2014, 28 Maret). Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Pemilu Terus Turun. *Unpad Merspons: Jelang Pileg 2014, Bagaimana Kecenderungan Sikap Rakyat?* Diakses 14 Mei 2014 dari <http://www.unpad.ac.id/2014/03/tingkat-partisipasi-masyarakat-dalam-pemilu-terus-menurun/>.
- Rush, M., Althoff, P. (2008). *Pengantar Sosiologi Politik*. Diterjemahkan oleh Kartini Kartono. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sapiro, V. (June 2004). Not your parents' political socialization, Introduction for a new generation. *Annual Review of Political Science*. 7(1), 23.
- Susanto. (2012). *Pengantar Sosialisasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sutaryo. (2005). *Dasar-dasar sosialisasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Syarbaini, S. dkk. (2004). *Sosiologi dan Politik*. Bogor: Ghalia Indonesia

- Syarah, R. (2012). *Strategi Sosialisasi Politik Partai Nasdem Melalui Metrotv dalam Proses Pembentukan Citra Menjelang Pemilihan Umum 2014 Periode Maret-Mei 2012*. Skripsi Program Strata Satu, Universitas Mercu Buana.
- Zuhri, S. (2010). *Peranan Sekolah dalam Proses Sosialisasi Politik (Studi Penelitian Terhadap Siswa SMA Negeri 2 Semarang)*. Semarang: Program Studi Magister Ilmu Politik Universitas Diponegoro.