



UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Kampus A: Jl. Diponegoro No. 74 Jakarta 10340, Indonesia

Telp: +62 21 3928045 / 75 Fax : +62 21 3914591

Website : www.yai.ac.id E-mail : fikom.upi@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No : 016/D/FIKOM UPI Y.A.I/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I dengan ini menugaskan kepada :

- **Dr. Lidia Djuhardi, M.Ikom (Dosen FIKOM UPI Y.A.I)**

Untuk membuat Poster Penelitian : Kampanye Humas Bawaslu Kota Jakarta Selatan Melalui Media Online Mengenai Pengawasan Pemilu 2024

Diharapkan kepada yang bersangkutan 1 (satu) minggu setelah kegiatan tersebut dapat menyampaikan laporannya kepada kami.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 19 Januari 2024

Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I

Dekan,

Prof. Dr. Anwar Arifin

Tembusan :

- Rektor UPI Y.A.I
- Arsip

KAMPANYE HUMAS BAWASLU KOTA JAKARTA SELATAN MELALUI MEDIA ONLINE MENGENAI PENGAWASAN PEMILU 2024

Berliani Ardha¹ (Universitas Mercu Buana)

Siti Khopipah² (Universitas Tanri Abeng)

Erna Mariana Susilowardhani³ (Universitas Tanri Abeng)

Lidia Djuhardi⁴ (Universitas Persada Indonesia YAI)

Arifah Armi Lubis⁵ (Universitas Tanri Abeng)

Meri Safarwati Putri⁶ (Universitas Sahid)

PENDAHULUAN

Pengawasan partisipatif merupakan sebuah konsep yang dikembangkan oleh Bawaslu RI yang didasarkan pada pemikiran bahwa keterlibatan masyarakat sipil dan partisipasinya merupakan hal yang penting dalam sistem demokrasi elektoral saat ini, karena pemilik kedaulatan tertinggi adalah masyarakat. Partisipasi dalam konteks pengawas pemilu ini adalah berupa adanya kesadaran atas haknya sebagai masyarakat sipil pada proses demokrasi di Indonesia yang ditandai dengan penggunaan hak pilih, ikut serta secara aktif dalam setiap proses tahapan pemilu, melakukan pemantauan atau pengawasan pemilu, melaporkan setiap pelanggaran yang ditemukan kepada pengawas pemilu, mengikuti setiap perkembangan informasi terkait proses tahapan pemilu.

Berdasarkan hal-hal di atas, Pengawas Pemilu di tingkat Pusat, Provinsi dan Kabupaten/Kota perlu merumuskan strategi kampanye humas untuk bisa menjawab amanah undang-undang, yang salah satunya adalah berkewajiban melakukan upaya pencegahan pelanggaran pemilu melalui pengawasan partisipatif. Termasuk yang dilakukan Bawaslu Kota Jakarta Selatan yang memberikan kesadaran masyarakat mengenai pengawasan Pemilu 2024 melalui kampanye humas dengan menggunakan media online. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kampanyehumas Bawaslu Kota Jakarta Selatan melalui media online mengenai pengawasan pemilu 2024.

METODE

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Creswell (dalam Ardianto, 2011: 43) mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan proses mengeksplorasi makna perilaku setiap individu dan kelompok, yang mempresentasikan masalah sosial atau fenomena sosial. Data ditelusuri sedalam mungkin sehingga peneliti dapat mendeskripsikan secara utuh dan mendalam (Bungin, 2022: 53).

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah studi kasus, yaitu studi yang mampu menguraikan lebih komprehensif permasalahan sehingga hasil penelitian dapat ditelaah secara dalam dan rinci (Yin, 2012: 18). Penelitian kasus dapat berupa individu, kelompok, organisasi, pergerakan, peristiwa, atau unit geografis. (Neuman, 2015: 47-48).

Dalam menentukan informan penelitian digunakan purposive sampling, sebagai teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016: 85). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi serta penelaahan dokumen. Peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas di lokasi penelitian. (Creswell, 2016: 254).

HASIL & PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas mengenai kampanye humas dari Bawaslu Jakarta Selatan melalui media online dalam pengawasan Pemilu 2024. Dalam penelitian ini, model kampanye yang digunakan adalah Model Manajemen Kampanye (Venus, 2019: 47) yang terdiri dari lima elemen penting, yaitu perencanaan, pengembangan, implementasi, monitoring, dan evaluasi.

Dalam tahap perencanaan, dilakukan analisis situasi berkaitan dengan permasalahan yang ada. Kemudian ditetapkan tujuan dari kampanye, siapa khalayak yang akan dituju, dan juga memahami bagaimana khalayaknya. Terdapat beberapa permasalahan yang melandasi, yaitu kurang dikenalnya Bawaslu dan perannya; fenomena bahwa masyarakat masih banyak yang memilih golput dan kurang peduli terhadap proses pemilihan umum, dan masyarakat kurang bergerak dalam pengawasan pemilu. Untuk sasaran khalayak yang dituju adalah semua lapisan masyarakat yang sudah memiliki hak suara, termasuk para pemilih pemula.

Pada tahap pengembangan, desain pesan dibuat dengan memperhatikan karakteristik dari khalayak dan tujuan kampanye tersebut. Pada tahap ini juga dilakukan penentuan media sesuai dengan khalayaknya. Untuk media online yang digunakan yaitu Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, YouTube, Podcast, website. Untuk sasaran pemilih pemula, Bawaslu Jakarta Selatan menggunakan media Tiktok dan IG reels dengan mengikuti konten yang sedang tren dan banyak ditonton.

Tahap implementasi atau penerapan program. Dalam tahap ini, kreativitas pembuatan konten untuk kampanye sangat dibutuhkan agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh khalayak.

Selanjutnya tahap monitoring. Tahap ini dilakukan bersamaan dengan eksekusi program. Dalam hal ini, Bawaslu Jakarta Selatan juga melakukan penyesuaian program karena dalam perjalanannya, terkadang ditemui hal-hal yang tidak dapat diprediksi.

Kemudian tahap terakhir, yaitu tahap evaluasi. Tahap evaluasi ini sangat penting dilakukan untuk mengukur apakah kampanye sudah berhasil dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Evaluasi yang dilakukan untuk kampanye melalui media sosial yaitu dengan mengamati perkembangan akun media sosial Bawaslu Jakarta Selatan, yaitu dengan melihat berapa banyak penambahan followers, jumlah/ frekuensi like, subscribe, dan komen, menganalisis followers-nya dan mengkategorikannya. Followers dikategorikan berdasarkan frekuensi responsnya; pemilih pemula atau bukan, dan dari lembaga atau perseorangan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Bawaslu Jakarta Selatan sejak tahun 2020 telah mengembangkan upaya untuk melakukan sosialisasi yang dilaksanakan melalui tahapan perencanaan dengan memperhatikan produksi pesan, khalayak sasaran, waktu publikasi, dan tujuan dari konten dengan menggunakan media online (Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, YouTube, Podcast, dan website), yang dilakukan berdasarkan pada pedoman pengelolaan media sosial. Tahap implementasi dan tahap monitoring dilakukan bersamaan agar dapat menyesuaikan dengan kondisi yang ditemui saat berjalannya program kampanye. Sementara tahap akhir, yaitu tahap evaluasi, yaitu melakukan pengamatan pada akun media sosial Bawaslu Jakarta Selatan, yaitu dengan melihat berapa banyak penambahan followers, jumlah/frekuensi like, subscribe, dan komen, menganalisis followers-nya dan mengkategorikannya.

SARAN

Bawaslu Jakarta Selatan perlu membuat unggahan-unggahan konten media sosial yang lebih menarik agar dapat meningkatkan engagement dengan khalayak. Konten tersebut dapat berisi informasi yang terkait dengan tahapan pemilu yang sedang berjalan, hal-hal yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan pada saat Pemilu, harapan masyarakat terhadap Pemilu, apa yang bisa dilakukan masyarakat apabila melihat hal-hal yang diduga pelanggaran Pemilu, bagaimana cara melaporkannya. Konten dikemas dengan cara yang menarik dan interaktif, seperti kuis, tips, infografis, permohonan saran dari khalayak, lomba membuat konten pengawasan Pemilu dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2011). Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
Bungin, Burhan. (2022). Analisis Data Penelitian Kualitatif. Depok: Rajawali Pers.
Creswell, John W. (2016). Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
Neuman, W. L. (2015). Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta: PT Indeks.
Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D: Bandung: Alfabeta.
Venus, Antar. (2019). Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik. Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
Yin, Robert. K. (2012). Studi Kasus: Desain & Metode. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202413012, 6 Februari 2024

Pencipta

Nama : **Berliani Ardha, SE,M.Si, Erna Mariana Susilowardhani, S.Sos., M.Si. dkk**

Alamat : Jalan Seri Nomer 5, M.kahfi I, Kec. Jagakarsa, Kota Adm. Jakarta Selatan, Dki Jakarta, Jagakarsa, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12620

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Universitas Mercu Buana**

Alamat : Jl. Raya, RT.4/RW.1, Meruya Sel., Kec. Kembangan, Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11650, Kembangan, Jakarta Barat, Dki Jakarta 11650

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Poster**

Judul Ciptaan : **Poster Penelitian : Kampanye Humas Bawaslu Kota Jakarta Selatan Melalui Media Online Mengenai Pengawasan Pemilu 2024**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 6 Februari 2024, di Jakarta Barat

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, dihitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000588383

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b

Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Berliani Ardha, SE,M.Si	Jalan Seri Nomer 5, M.kahfi I, Kec. Jagakarsa, Kota Adm. Jakarta Selatan, Dki Jakarta, Jagakarsa, Jakarta Selatan
2	Erna Mariana Susilowardhani, S.Sos., M.Si.	Jln. Pdk Teratai No. 9 Rt 004/ Rw 010 Rempoa, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten, Ciputat Timur, Tangerang Selatan
3	Siti Khopipah, S.Ag., M.Si.	Jln. Rajungan I No. 4, Rt 008/006, Kelurahan Jati, Kec. Pulogadung, Kota Adm. Jakarta Timur, Dki Jakarta, Pulo Gadung, Jakarta Timur
4	Dr. Lidia Djuhard., M.Ikom	Jln. Banyu Biru Xii Blok C No.8, Rancasari, Bandung
5	Arifah Armi Lubis	Jln Manunggal No 120 Rt 02/rw 09,, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten, Serpong, Tangerang Selatan
6	Meri Safarwati Putri	Jl. Pramuka Bakti No.14 Rt 011 Rw 009 Utan Kayu Utara, Kec. Matraman, Kota Adm. Jakarta Timur, Dki Jakarta, Matraman, Jakarta Timur

