Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (3) 2025, Page: 26944-26950

Strategi Peningkatan Partisipasi Masyarakat pada Pemilihan Serentak Tahun 2024 di Kota Payakumbuh

Neti Payoka
Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi
Corresponding Author: Neti Payoka, e-mail: payokaneti2@gmail.com

Published: Oktober, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menemukan langkah strategik yang tepat untuk mendorong dan meningkatkan kehadiran pemilih ke TPS dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan melalukan wawancara mendalam kepada narasumber secara langsung dan pengambilan data sekunder dari dokumen-dokumen lembaga. Data dianalisis dengan menggunakan teknik Triangulasi dengan cara Pengumpulan data, Reduksi data, Penyajian Data Setalah data dikelompokan dan penarikan kesimpulan. Responden terdiri dari anggota KPU Kota Payakumbuh, akademisi, pemerintah daerah, Pimpinan Partai Politik dan masyarakat pemilih. Dari Penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa mengoptimalkan sosialisasi dan pendidikan pemilih dengan menggunakan metode algoritma media sosial, tatap muka langsung baik secara formal maupun informal, melakukan kegiatan pendidikan pemilih secara masif di berbagai tempat stategis, memberikan apresiasi kepada Pemilih yang datang ke TPS, menggerakkan seluruh badan ad hoc penyelenggara pemilu untuk terlibat aktif dalam memberikan sosialisasi dan pendidikan pemilih kepada 11 basis pemilih di wilayah kerja masing² serta Mengoptimalkan koordinasi dan kerjasama (sinergitas) dengan para pemangku kepentingan seperti pemerintah daerah, partai politik, tokoh masyarakat bahkan pemantau pemilihan menjadi solusi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk pemilihan tahun 2024 dikota Payakumbuh.

Kata Kunci: Strategi, Partisipasi Masyarakat, Pemilihan 2024

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Serentak tahun 2020 telah dilaksanakan pada tanggal 9 Desember 2020, diselenggarakan di 270 daerah di Indonesia, dengan rincian 9 Daerah melaksanakan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, 37 daerah melaksanakan pemilihan Walikota dan Wakil Walikota dan 224 daerah melaksanakan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati (Kompas, 2019). Kota Payakumbuh melaksanakan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur.

Meski dilaksanakan di tengah pandemic Covid-19 Pilkada 2020 dapat dikatakan berjalan dengan baik. Survey (Saiful Mujani Research dan Consulting, 2020) menyebutkan 86% warga menilai pergelaran Pilkada 2020 berlangsung jujur dan adil. Sebanyak 96,2% responden diwilayah yang menyelenggarakan Pilkada setuju pelaksanaan berjalan dengan jujur, adil (Jurdil) dan (Luber) langsung, Umum dan Rahasia (LSI,2021).

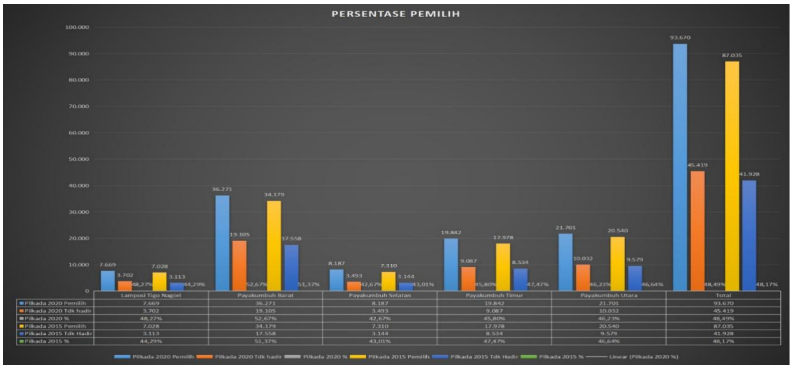
Pilkada merupakan mekanisme demokrasi untuk melegitimasi pemimpin di tingkat daerah. Pilkada idealnya dilandasi dengan semangat kedaulatan rakyat dan dilaksanakan secara demokratis (Zuhro, 2019). Salah satu indikator untuk mengukur kualitas penyelenggaraan Pilkada tersebut adalah seberapa besar partisipasi politik masyarakat yang datang ke Tempat Pemungutan Suara (S et al., 2015).

Mengingat Pentingnya Partisipasi pemilih membuat KPU menargetkan secara Nasional persentase pemilih sebesar 77,5% untuk setiap Pemilu di Indonesia.

Di Sumatera Barat, penyelenggaraan Pilkada 2020 berjalan dengan baik, dengan partisipasi kehadiran Pemilih Di Tempat Pemungutan Suara sebesar 62,19%. Tingkat Patisipasi pemilih untuk datang ke TPS meningkat sebesar 3,57% dibanding pilkada sebelumnya

Kota Payakumbuh menjadi satu satunya kota yang mengalami penurunan partisipasi pemilih di TPS sebesar 0,32% dibandingkan dengan penyelenggaraan Pilkada sejenis.. Menarik mengetahui penyebab menurunnya partisipasi pemilih yang datang ke TPS serta strategi yang dapat meningkatkan partisipasi pemilih ke TPS.

Sebaran Tingkat Partisipasi di Kota Payakumbuh pada Pilkada 2020 dan 2015

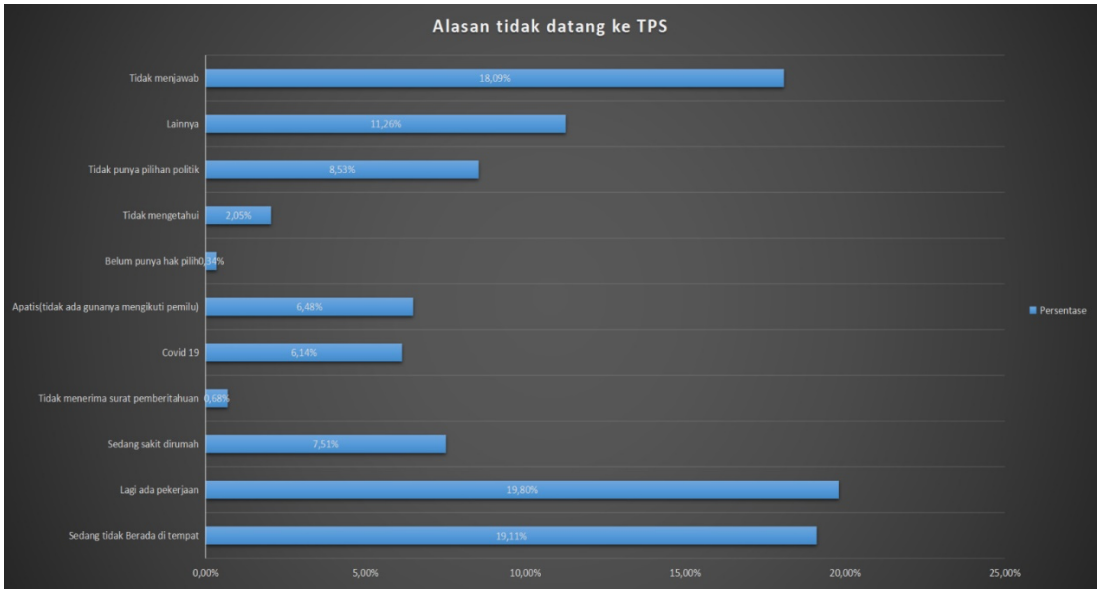


Daftar Gambar 1. Sebaran Tingkat Partisipasi

Tabel 1. Sebaran Tingkat Partisipasi

Kecamatan	Pilkada 2020			Pilkada 2015		
	Pemilih	Tdk hadir	%	Pemilih	Tdk Hadir	%
Lamposi Tigo Nagori	7.669	3.702	48,27	7.028	3.113	44.29
Payakumbuh Barat	36.271	19.105	52,67	34.179	17.558	51.37
Payakumbuh Selatan	8.187	3.493	42,67	7.310	3.144	43.01
Payakumbuh Timur	19.842	9.087	45,8	17.978	8.534	47.47
Payakumbuh Utara	21.701	10.032	46,23	20.540	9.579	46.64
Total	**93.670**	**45.419**	**48,49**	**87.035**	**41.928**	**48.17**

Berdasarkan Data hasil penelitian dari Revolt Institute yang menelusuri realitas pemilih pada Pilkada tahun 2020 dikota Payakumbuh, maka diperoleh beberapa penyebab yang menjadi alasan partisipasi pemilih menurun pada Pilkada 2020, sebagai berikut :



Gambar 2. Daftar Alasan Pemilih Tidak Datang Ke TPS

Tabel 2. Alasan pemilih tidak datang ke TPS

No	Alasan tidak datang ke TPS	Persentase
1	Sedang tidak Berada di tempat	19,11%
2	Lagi ada pekerjaan	19,80%
3	Sedang sakit dirumah	7,51%
4	Tidak menerima surat pemberitahuan	0,68%
5	Covid 19	6,14%
6	Apatis(tidak ada gunanya mengikuti pemilu)	6,48%
7	Belum punya hak pilih	0,34%
8	Tidak mengetahui	2,05%
9	Tidak punya pilihan politik	8,53%
10	Lainnya	11,26%
11	Sedang tidak Berada di tempat	18,09%

Rendahnya partisipasi pemilih menurut (Arianto, 2011) disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal pemilih. Faktor internal : *pertama* , persoalan teknis seperti sakit dan ada keperluan lain yang berkaitan dengan dirinya. *Kedua* faktor pekerjaan. Sementara faktor eksternal : *Pertama,* faktor administratif adalah factor yang berkaitan dengan aspek administrasi yang mengakibatkan pemilih tidak bisa menggunakan hak pilihnya seperti tidak terdata sebagai pemilih, tidak/belum mendapatkan kartu pemilih, tidak memiliki identitas kependudukan. *Kedua,* faktor sosialisasi. *Ketiga,* faktor politik seperti ketidakpercayaan dengan partai, tidak punya pilihan dari kandidat yang tersedia atau tidak percaya bahwa pileg/pilkada akan membawa perubahan dan perbaikan.

Selanjutnya menurut (Fransiscus, 2017), dalam *Votting Behaviour and its Associated Factors : A Case of The Local election in Malaka District, Indonesia* bahwa prilaku memilih ditentukan oleh kondisi awal pemilih yang meliputi : nilai-nilai sosial budaya, tingkat pendidikan, faktor ekonomi, informasi media massa, faktor kandidat termasuk catatan kinerja, pemasaran politik dan program yang ditawarkan oleh masing masing kandidat. Selain itu administrasi dan teknis antara lain pencatatan ganda nama pemilih, surat undangan dari KPU Daerah untuk pemilih tidak sampai ke alamat yang ditentukan, dan jarak Tempat pemungutan suara, juga menjadi penyebab partisipasi peserta dalam pencoblosan. Sedangkan menurut (Dodu, 2017) figur Calon, literasi Politik dan Politik Uang berpengaruh secara signifikan baik terhadap kehadiran maupun ketidakhadiran Pemilih Pada Penyelenggaran Pilkada Kota Palu tahun 2015.

Dari beberapa pendapat diatas sejalan dengan pendapat David Moon dalam menjelaskan bahwa terdapat dua pendekatan untuk menjelaskan ketidakhadiran pemilih (non-voting) dalam suatu pemilu. Pertama menekankan pada karakter sosial dan psikologi pemilih serta karakteristik institusional system pemilu. Sementara pendekatan kedua menekankan harapan pemilih tentang keuntungan dan kerugian atas keputusan mereka untuk hadir atau tidak hadir memilih. Menurut kedua pendekatan tersebut setidaknya ada empat faktor yang mempengaruhi seseorang berperilaku tidak memilih yaitu factor psikologis, system politik, kepercayaan politik dan latar belakang social ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia, dengan demikian peneliti tidak menganalisis angka-angka (Afrizal, 2014). Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan yakni wawancara mendalam, pengumpulan dokumen. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang dapat digambarkan melalui empat tahapan, yaitu pengumpulan data reduksi data penyajian data penarikan kesimpulan.

Tabel 3. Informan Penelitian

NO	Nama Informan	Jabatan	Lokasi Wawancara
1.	Wizri YAsir	Ketua KPU Kota Payakumbuh	Kota Payakumbuh
2.	Khairudin Fambo		Kota Payakumbuh
3.	Ihsanul Huda	Anggota KPU Kota Payakumbuh	Kota Payakumbuh
4.	Orisko Zulkifli	Anggota KPU Kota Payakumbuh	Kota Payakumbuh
5.	Budi Febriandi	Akademisi	Lima Puluh Kota Ko ta Payakumbuh
6.	Risman Mansyur	Pemilih	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi KPU Kota Payakumbuh dalam meningkatkan Partisipasi masyarakat

Dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu, KPU dapat menggunakan strategi sosialisasi kepada masyarakat. Penerapan strategi sosialisasi dapat dilihat dari tiga langkah pelaksanaan strategi menurut Chandler (dalam Salusu 2015:64), yaitu:

1. Formulasi Jangka Panjang. Formulasi jangka panjang merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh organisasi dalam melakukan perencanaan dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting, seperti mengenai kondisi lingkungan dan identifikasi peluang serta ancaman yang kemungkinan terjadi, memperhitungkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi, mengidentifikasi tujuan yang ingin dicapai, dan langkah strategis tersebut dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien
2. Pemilihan Serangkaian Tindakan Untuk mencapai tujuan organisasi, membutuhkan perencanaan strategi yang maksimal, dan juga pelaksanaan strategi yang matang pula. Karena apabila pelaksanaan strategi tidak berjalan dengan maksimal, maka akan sangat memberikan pengaruh terhadap hasil yang akan dicapai. Selain itu, pada tahapan pemilihan tindakan harus sesuai dengan kemampuan sumber daya yang dimiliki.
3. Alokasi Sumber Daya. Sumber daya merupakan salah satu unsur penting dalam mendukung terlaksananya suatu kegiatan, apabila sumber daya yang dimiliki itu memadai, hal tersebut akan memberikan pengaruh terhadap capaian kinerja yang akan diperoleh.

Sesuai Informasi yang penulis dapatkan maka dapat disimpulkan bahwa ada beberapa srategi yang bisa dilakukan oleh KPU Payakumbuh dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat diantaranya :

a. Mengoptimalkan sosialisasi dan pendidikan pemilih dengan menggunakan metode tatap muka langsung baik secara formal maupun informal, secara terus menerus dan berkelanjutan.
b. Melakukan kegiatan pendidikan pemilih secara masif di berbagai tempat stategis, seperti masjid, kedai, pasar, dan tempat² keramaian lainnya
c. Memberikan apresiasi kepada Pemilih yang datang ke TPS. Seperti diadakannya lomba selfie di TPS atau sejenisnya.
d. Menggerakkan seluruh badan ad hoc penyelenggara pemilu untuk terlibat aktif dalam memberikan sosialisasi dan pendidikan pemilih kepada 11 basis pemilih di wilayah kerja masing-masing
e. Mengoptimalkan koordinasi dan kerjasama/Sinergitas dengan para pemangku kepentingan seperti pemerintah daerah, partai politik, tokoh masyarakat bahkan pemantau pemilihan.
f. Strategi khusus dengan penerapan Algoritma media sosial, terkhusus bagi pemilih muda, milenial dan generasi Z.

Media sosial adalah medium berbasis jaringan yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Hal ini sejalan dengan elemen utama media sosial sebagai alat yang komunikatif yang menjadi sarana berkomunikasi dengan publik, membentuk organisasi sosial bahkan menjadi alat kontrol (individu dan sosial) dalam kehidupan bermasyarakat, sarana aktivitas politik masyarakat, sampai pada sarana pemenuhan kebutuhan ekonomi masyarakat.

Perkembangan pesat media sosial tentu tidak lepas dari efek positif maupun negatif yang mungkin ditimbulkan. Menurut Chaffle, efek media massa dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri.

Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan sikap, perasaan dan perilaku yang juga dikenal sebagai efek Kognitif, Afektif, dan Behavioral (Nurudin, 2009). Pertama, efek kognitif adalah efek yang berhubungan dengan kognisi atau pengetahuan khalayak, misalnya terkait pengetahuan dan informasi yang didapatkan melalui media sosial, serta perubahan yang terjadi pada ranah kognitif khalayak sebagai akibat penggunaan media sosial. Kedua, efek afektif berkaitan dengan potensi khalayak untuk turut merasakan berbagai macam perasaan yang tersedia atau beredar dalam media sosial yang mungkin didapatkan dari orang lain, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, empati, simpati, dan sebagainya. Ketiga, efek behavioral yang terkait dengan perilaku, tindakan, atau kegiatan khalayak, misalnya ajakan untuk menonton film tertentu atau memilih calon presiden tertentu yang beredar di media sosial hingga ajakan menjadi konsumen atau produsen dari berbagai iklan belanja produk yang tidak ada habisnya yang pada akhirnya mampu menggerakkan khalayak untuk menonton film tersebut, memilih calon presiden tersebut atau membeli maupun menjual berbagai macam produk yang telah dianggap sebagai pemenuhan keinginan dan kebutuhan (bagian dari hidup) masyarakat. Di sisi lain, sesungguhnya media sosial tidak beroperasi (bagian dari hidup) masyarakat.

Di sisi lain, media sosial tidak beroperasi begitu saja, melainkan memiliki logika operasional berdasarkan kepentingan tertentu yang dijewantahkan melalui algoritma sistem media sosial. Akan tetapi, hal ini tentu masih patut dipertanyakan, terkait apakah algoritma tersebut betul-betul mengutamakan, bermanfaat dan berefek positif bagi khalayak atau bagi pemilik media, serta hal lain yang mungkin belum terungkap, misalnya terkait efek algoritma media sosial.

Teknologi algoritma pada aplikasi media sosial akan selalu dan berkesinambungan memberikan informasi sesuai dengan keinginan user, seperti informasi yang relevan, penting, nyaman, memberikan tantangan, dan informasi berdasarkan sudut pandang penggunanya. Khalayak pengguna media sosial memiliki kecenderungan untuk menyaring informasi yang ingin diterima atau nikmati, baik berupa bacaan, visual, audio visual maupun konten lainnya sesuai dengan preferensi yang sudah mereka yakini (sebagai sebuah kebenaran atau konsep hidup yang cocok bagi mereka). Peluang ini yang akan coba diterapkan oleh KPU Kota Payakumbuh dalam menyebarluaskan informasi terkait dengan pemilu/pemilihan yang akan dilaksanakan tahun 2024 mendatang.

Tabel 3. Strategi Peningkatan Partisipasi Masyarakat

NO	STRATEGI	KEGIATAN
1	OPTIMALISASI SOSIALISASI DAN PENDIDIKAN PEMILIH	**a.** TATAP MUKA FORMAL DAN INFORMAL **b.** MASIF DISEMUA TEMPAT
2	APRESIASI/REWARD	PEMBERIAN CINDERAMATA BAGI PEMILIH YANG DATANG KE TPS
3	OPTIMALISASI TUGAS DAN KEWAJIBAN PENYELENGGARA ADHOC	SOSIALISASI DAN PENDIDIKAN PEMILIH KE 11 BASIS PEMILIH (PEMULA, MARGINAL, PEREMPUAN, MUDA, DISABILITAS, KOMUNITAS, KELUARGA,

		BERKEBUTUHAN KHUSUS, KEAGAMAAN, WARGANET)
4	Sinergitas dengan para pemangku kepentingan seperti pemerintah daerah, partai politik, tokoh masyarakat bahkan pemantau pemilihan.	KERJASAMA DALAM PELAKSANAAN SOSIALISASI DAN PENDIDIKAN POLITIK
5	OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL	1. Algoritma media sosial 2. Kegiatan berbasis bugetter dan Non bugetter 3. Lebih terfokus ke pemilih generasi Z dan milenial

KESIMPULAN

Ada beberapa strategi yang bisa diterapka oleh KPU Kota Payakumbuh dalam meningkatkan partispasi masyarakat untuk datang ke TPS pada Pemilihan serentak tahun 2024 mendatang yaitu : optimalisasi sosialisasi dan pendidikan politik, Apresiasi/reward kepada pemilih yang hadir di TPS, Optimalisasi tugas dan kewajiban penyelenggara Adhoc, Sinergitas dengan para pemangku kepentingan seperti pemerintah daerah, partai politik, tokoh masyarakat bahkan pemantau pemilihan, optimalisasi penggunaan media sosial.

REFERENSI

Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Raja Grafindo Persada.

Arianto, B. (2011). Analisis Penyebab Masyarakat Tidak Memilih Dalam Pemilu, dalam Jurnal Ilmu Poitik Dan Pemerintahan. *Jurnal Ilmu Politik Dan Ilmu Pemerintahan*.

Dodu, A. B. D. (2017). *Pengaruh Faktor Figur Calon, Literasi Politik Dan Politik Uang Terhadap Kehadiran Dan Ketidakhadiran Pemilih Pada Penyelenggaraan Pilkada Kota Palu Tahun 2015*.

Fransiscus, S. (2017). Voting Behaviour and its Associated Factors: A Case of the Local Election in Malaka District, Indonesia. *International Journal of Research in Social Sciences*.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial ;Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.

Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Grafindo Persada.

S, W., D.S, Y., & Caecia, G. (2015). Tinjauan Yuridis Perbandingan Sistem Pilkada Langsung Dan Tidak Langsung Berdasarkan Demokrasi Pancasila. *J. DINAMIKA SOSBUD*, *17*(2), 300–310. https://doi.org/10.26623/jdsb.v17i2.494

Zuhro, R. S. (2019). Demokrasi dan Pemilu Presiden 2019. *Jurnal Penelitian Politik*, *16*(1), 69. https://doi.org/10.14203/jpp.v16i1.782