

**PENGARUH SOSIALISASI POLITIK KOMISI PEMILIHAN UMUM
KOTA BANDUNG TERHADAP PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT
DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KOTA BANDUNG TAHUN
2024**

**THE EFFECT OF THE BANDUNG CITY ELECTION
COMMISSION'S POLITICAL SOCIALIZATION ON PUBLIC
POLITICAL PARTICIPATION IN THE 2024 LOCAL ELECTION**

Ima Nurmayanti¹, Yeti Rohayati², Indriyati Kamil³

Email: imanurmayanti22@gmail.com¹, yetirohayati@gmail.com², Rindriya73@gmail.com³

¹Magister Ilmu Pemerintahan, Universitas Langlangbuana

²⁻³Universitas Langlangbuana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sosialisasi politik oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Bandung terhadap pemilih pemula dalam upaya meningkatkan partisipasi politik pada Pemilihan Umum tahun 2024. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi terhadap pelaksana program serta pemilih pemula. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilakukan melalui tatap muka, media sosial, dan penyuluhan sekolah mampu meningkatkan pengetahuan pemilih pemula mengenai pentingnya partisipasi politik serta prosedur pemilihan, meskipun belum sepenuhnya menjangkau seluruh kelompok sasaran. Partisipasi politik pemilih pemula terlihat meningkat seiring dengan intensitas dan kualitas informasi yang diberikan, terutama melalui metode tatap muka dan pemanfaatan media digital yang dinilai lebih menarik dan mudah dipahami. Penelitian menyimpulkan bahwa sosialisasi politik KPU Kota Bandung berpengaruh positif terhadap peningkatan pemahaman dan partisipasi pemilih pemula, namun perlu penguatan strategi berbasis media digital dan kolaborasi institusional agar jangkauan program lebih merata. Kebaruan penelitian ini terletak pada pemetaan efektivitas variasi metode sosialisasi terhadap perilaku politik pemilih pemula pada konteks pemilihan serentak 2024 serta rekomendasi pengembangan model sosialisasi yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

Kata kunci: *Sosialisasi Politik, KPU Kota Bandung, Pemilih Pemula, Partisipasi Politik, Pemilu 2024*

ABSTRACT

This study aims to analyse the influence of political socialisation by the Bandung City General Election Commission on novice voters in an effort to increase political participation in the 2024 General Election. The research used a qualitative approach with data collection techniques through interviews, observations, and documentation studies of programme implementers and novice voters. The results showed that the socialisation conducted through face-to-face meetings, social media, and school counselling was able to increase the knowledge of novice voters about the importance of political participation and election procedures, although it did not fully reach all target groups. The political participation of novice voters is seen to increase along with the intensity and quality of information provided, especially through face-to-

face methods and the use of digital media which are considered more interesting and easy to understand. The research concludes that the political socialisation of KPU Bandung City has a positive effect on increasing the understanding and participation of novice voters, but it needs to strengthen digital media-based strategies and institutional collaboration so that the reach of the program is more evenly distributed. The novelty of this research lies in mapping the effectiveness of various socialisation methods on the political behaviour of novice voters in the context of the 2024 simultaneous elections as well as recommendations for developing a more adaptive and sustainable socialisation model.

Keywords: *Political Socialisation, KPU Bandung City, Beginner Voters, Political Participation, Election 2024*

1. PENDAHULUAN

Ciri sebuah negara demokratis adalah seberapa besar negara melibatkan masyarakat dalam perencanaan maupun pelaksanaan pemilihan umum. Sebab partisipasi politik masyarakat (pemilih) merupakan aspek penting dalam sebuah tatanan negara demokrasi. Dalam hubungannya dengan demokrasi, partisipasi politik berpengaruh terhadap legitimasi oleh masyarakat terhadap jalannya suatu pemerintahan. Dalam Pemilu misalnya partisipasi politik berpengaruh terhadap legitimasi masyarakat kepada calon atau pasangan calon yang terpilih. Setiap masyarakat memiliki preferensi dan kepentingan masing-masing untuk menentukan pilihan mereka dalam pemilu. Bisa dikatakan bahwa masa depan pejabat publik yang terpilih dalam suatu Pemilu tergantung pada preferensi masyarakat sebagai pemilih. Tidak hanya itu, partisipasi politik masyarakat dalam Pemilu dapat dipandang sebagai evaluasi dan kontrol masyarakat terhadap pemimpin atau pemerintahan.

Negara Indonesia merupakan negara yang demokratis, karena melibatkan warga negaranya dalam setiap pengambilan kebijakan. Masyarakat Indonesia mempunyai peran penting dalam pelaksanaan pemerintahan di Indonesia, salah satunya yaitu partisipasi Masyarakat dalam memilih kepala daerah masing-masing, baik dari tingkatan Gubernur maupun Walikota/ Bupati. Pemilihan umum merupakan program pemerintah setiap lima tahun sekali dilaksanakan di seluruh wilayah Negara kita. Pemilu merupakan implementasi dari salah satu ciri demokrasi

dimana rakyat secara langsung dilibatkan, diikutsertakan didalam menentukan arah dan kebijakan politik Negara untuk lima tahun kedepan. Kepala Daerah memiliki posisi strategis yang dipilih melalui Pemilihan Umum.

Di negara demokrasi, pemilihan umum dianggap lambang sekaligus tolak ukur dari sebuah demokrasi. Hasil pemilu yang dilaksanakan dalam suasana keterbukaan dengan kebebasan berpendapat dan kebebasan berserikat di Kota Bandung, yang mempunyai 3.590 TPS di 30 Kecamatan dan 151 kelurahan (sumber: kpu kota bandung), dianggap mencerminkan sudah cukup mewakili partisipasi dan merupakan aspirasi masyarakat. Disadari bahwa pemilu bukan merupakan satu-satunya tolak ukur dan perlu dilengkapi dengan pengukuran kegiatan lainnya yang bersifat berkesinambungan.

Dalam pendapat Budiardjo mengungkapkan dalam ilmu politik dikenal bermacam-macam sistem pemilihan umum dengan berbagai variasinya, akan tetapi pada umumnya berkisar pada dua prinsip pokok, yaitu:

1. Single member constituency (satu daerah pemilihan memilih satu wakil; biasanya disebut sistem distrik).
2. Multi-member constituency (satu daerah pemilihan memilih beberapa wakil biasanya dinamakan sistem sistem perwakilan berimbang atau sistem proporsional).

Pemilu merupakan sarana pengamalan demokrasi. Dapat dikatakan tidak ada demokrasi

tanpa pemilu. Walaupun begitu, pemilu bukanlah tujuan, akan tetapi hanya sebagai sarana untuk memilih anggota parlemen dan pemimpin eksekutif di pusat dan daerah. Adapun tujuan kita berbangsa dan bernegara adalah antara lain untuk memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan.

Masyarakat memiliki peran yang sangat penting dalam penyelenggaraan demokrasi seperti halnya dalam Pemilihan Umum (Pemilu). Oleh karenanya masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan Pemilihan Umum (Pemilu) karena merupakan satu kesatuan yang utuh menjadi faktor utama dan penentu berjalan suksesnya sebuah pelaksanaan Pemilihan Umum (Pemilu). Pemilihan kepala daerah merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting pada Negara demokrasi, karena pada Negara demokrasi pemerintahan diartikan sebagai pemerintahan oleh rakyat dari rakyat dan untuk rakyat. Oleh karena itu diharapkan adanya partisipasi masyarakat dan keikutsertaan masyarakat dalam aktifitas penyelenggaraan Negara seperti kegiatan pemilihan kepala daerah.

Dalam penyelenggaraan pemilihan umum, baik pemilihan kepala daerah, pemilihan wakil rakyat maupun pemilihan presiden sangat membutuhkan keberadaan partisipasi politik masyarakat. Partisipasi politik masyarakat menentukan arah dan haluan kebijakan yang akan ditentukan. Kontribusi dukungan masyarakat dalam proses pemilihan kepala daerah, misalnya akan jelas terlihat bahwa sumbangan atau dukungan politik masyarakat menjadi modal utama memperoleh suara terbanyak. Hal tersebut akan berhubungan dengan penentuan kemenangan calon kepala daerah dalam pemilihan kepala daerah tersebut. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi memberi dampak positif mensosialisasikan berbagai kebijakan daerah. Sosialisasi berbagai kebijakan akan menghasilkan dukungan besar atau antipati dari masyarakat. Keberhasilan kebijakan daerah sangat tergantung

kepada mensosialisasikan kebijakan tersebut kepada masyarakat atau kepada perwakilan masyarakat.

Pada kegiatan pemilihan kepala daerah masyarakat diharapkan ikut terlibat dalam kegiatan pemilihan tersebut dan ikut dalam pengambilan keputusan dan ikut dalam memilih pemimpin kepala daerah yang menjadi pilihannya. Fungsi pemilu adalah “pembentukan legitimasi penguasa dan pemerintah, pembentukan perwakilan politik rakyat sirkulasi elit penguasa, dan pendidikan politik”. Di Kota Bandung masih terdapat sebagian masyarakat yang tidak mengetahui betapa pentingnya partisipasi mereka dalam memilih kepala daerah, karena masyarakat belum sepenuhnya mengetahui manfaat pemilu. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat partisipasi memilih yang kurang dan masih ada juga masyarakat yang golput (golongan putih). Salah satu bentuk partisipasi politik yang telah dilaksanakan di Kota Bandung diantaranya :

- a. Menghadiri pertemuan atau rapat umum, misalnya mengikuti sosialisasi ataupun menghadiri pertemuan yang diadakan oleh pasangan calon, namun yang terjadi tidak semua masyarakat antusias untuk mengikuti kegiatan tersebut, dikarenakan memang tidak ada minat ataupun karena merasa tidak mempunyai kepentingan apa-apa sehingga dirasa tidak perlu hadir dalam kegiatan tersebut;
- b. Melibatkan diri dalam kampanye, dalam hal ini bisa dilihat dengan cara masyarakat mengikuti kegiatan kampanye atau bahkan menjadi petugas kampanye pada Pemilihan Wali Kota Bandung, tetapi yang terjadi di lapangan masih banyak masyarakat yang acuh dengan kegiatan kampanye dan lebih mendahulukan kegiatan pribadi;
- c. Mengikuti perkembangan politik baik melalui media massa ataupun dengan mengikuti diskusi politik, pada masa kini akses untuk mencari berita terkait perkembangan politik sangat mudah, tidak hanya melalui media televisi, dengan

berbekal telepon genggam pun kita sudah dapat mengetahui perkembangan politik yang terjadi pada masa Pemilihan Wali Kota Bandung Tahun 2024 dan masyarakat pun menyadari akan hal itu, namun masih banyak masyarakat yang tidak begitu tertarik secara mendalam untuk mencari berita atau informasi terkait perkembangan politik tersebut;

- d. Aktif dalam partai politik atau kelompok kepentingan, misalnya menjadi anggota partai politik ataupun menjadi pengurus partai politik, hal ini hanya sedikit yang terjadi di lapangan, karena tidak banyak masyarakat yang tertarik untuk terjun ke dunia politik atau bahkan menjadi pengurus dan anggota partai politik.

Masyarakat mengetahui informasi mengenai pemilihan kepala daerah yang akan dilaksanakannya diantaranya melalui media massa dan media sosial yang sangat mudah diakses dimanapun dan oleh siapapun yang dapat disebut juga sebagai sosialisasi politik.

Mensosialisasikan berbagai kegiatan penyelenggara pemilihan umum merupakan barometer keberhasilan pemilihan umum itu sendiri. Ketidaktahuan masyarakat memberikan dampak bagi kehadiran masyarakat pada pemilihan, kepercayaan masyarakat pada calon pada pemilihan, keberhasilan pemilihan dan sebagainya. Penyelenggara pemilihan umum diharapkan melaksanakan tahapan dan jadwal pemilihan sebagaimana diamanatkan peraturan perundangan, yaitu Tahapan persiapan, tahapan penyelenggaraan pemilihan umum dan tahapan penyelesaian pemilihan umum.

Sosialisasi politik diselenggarakan agar masyarakat mendapatkan pemahaman khususnya untuk mendapatkan kepala daerah yang baik dalam penyelenggaraan pemerintahan. Melalui pilkada secara langsung masyarakat memiliki hak dan kewenangan penuh untuk menentukan sikap dan pilihannya dalam memilih pemimpin yang diinginkan. Hasil dari penyelenggaraan sosialisasi

politik adalah partisipasi politik yang salah satu perwujudan dari partisipasi politik adalah memilih kepala daerah yang baik bagi daerah tersebut.

Sosialisasi politik diselenggarakan agar masyarakat mendapatkan pemahaman khususnya untuk mendapatkan kepala daerah yang baik dalam penyelenggaraan pemerintahan. Melalui pilkada secara langsung masyarakat memiliki hak dan kewenangan penuh untuk menentukan sikap dan pilihannya dalam memilih pemimpin yang diinginkan. Hasil dari penyelenggaraan sosialisasi politik adalah partisipasi politik yang salah satu perwujudan dari partisipasi politik adalah memilih kepala daerah yang baik bagi daerah tersebut.

Hal yang mempengaruhi partisipasi politik Masyarakat dalam kegiatan politik, antara lain sosialisasi politik oleh Lembaga penyelenggara pemilihan umum atau di Indonesia disebut Komisi Pemilihan Umum (KPU), sementara di tingkat daerah disebut Komisi Pemilihan Umum Kota/Kabupaten. KPU sebagai lembaga yang independen merupakan sebuah langkah demi kemajuan kualitas penyelenggaraan pemilu di Indonesia.

Agar terselenggaranya pemilihan kepala daerah yang demokratis, peran lembaga Komisi Pemilihan Umum menjadi kunci berjalannya Pemilihan Umum yang demokratis. Peraturan Pemerintah Nomor 78 Tahun 2012 tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang menyatakan bahwa Pemilihan Kepala Daerah akan dilakukan secara langsung yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum Kota/Kabupaten. Berbeda dengan sebelum adanya Peraturan Pemerintah Nomor 78 Tahun 2012 perubahan keempat dari Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2005 dimana Kepala Daerah dipilih oleh wakil-wakil rakyat yang duduk di DPRD.

Sesuai dengan Peraturan Komisi Pemilihan Umum No 11 tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Sosialisasi Penyelenggaraan Pemilihan dalam Pasal 3 menyatakan mengenai Tujuan sosialisasi yaitu :

1. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat akan pentingnya Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dalam membangun kehidupan demokrasi di Indonesia;
2. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang program, tahapan, jadwal, dan hasil Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah;
3. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang beberapa hal teknis dalam menggunakan hak politik dan hak pilihnya dalam Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah;
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya pemilih untuk berperan serta dalam setiap tahapan Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah;
5. Meningkatkan kesadaran dan partisipasi pemilih dalam menggunakan hak pilihnya pada Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

Sosialisasi Politik KPU Kota Bandung dilakukan dengan cara memberi tahu terkait hari dan tanggal pemungutan suara dan terkait tahapan, program, jadwal waktu Pilkada Kota Bandung Tahun 2024 kepada masyarakat. KPU Kota juga melakukan sosialisasi dengan cara metode tatap muka, sosialisasi melalui media sosial, iklan di media elektronik dan cetak, serta metode kerjasama dengan organisasi kemasyarakatan. Menyelenggarakan sosialisasi dengan cara menyebar informasi melalui media luar ruang berupa pemasangan baligho, poster, leaflet, tentang hari pencoblosan dan tahapan Pilkada 2024. Dengan media seperti itu diharapkan kepada warga masyarakat Kota Bandung mengetahui bahwa pada Tanggal 27 November 2024 akan digelar Pemilihan Kepala Daerah Kota Bandung.

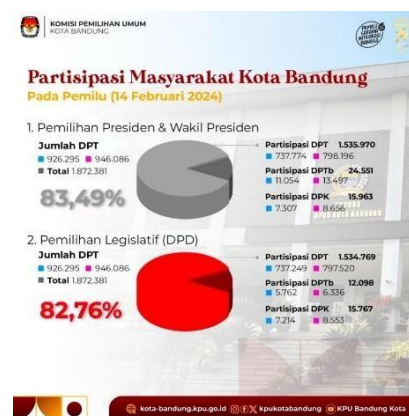
Pada tanggal 27 November 2024 merupakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak yang dilaksanakan di 37 provinsi, 415 kabupaten dan 93 kota, sebagaimana tersebut diatur dalam Pasal 201 Ayat (8) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 yang menyebutkan bahwa pemungutan suara serentak nasional dalam

pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota di seluruh wilayah Indonesia dilaksanakan pada bulan November 2024.

Fenomena partisipasi politik masyarakat menjadi menarik perhatian seluruh pemangku keberhasilan pemilihan umum. Partisipasi politik masyarakat sangat dibutuhkan dalam pembentukan pemerintahan dan legitimasi terpilihnya calon pemimpin daerah. Partisipasi politik masyarakat memiliki hubungan sinergis dengan sosialisasi berbagai kegiatan yang dilakukan calon pemimpin daerah, penyelenggara pemilihan umum, relawan calon pemimpin dan sebagainya.

Salah satu daerah yang mengikuti Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak adalah Kota Bandung, dilaksanakannya Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak ini adalah untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam memilih di Kota Bandung dimana terdapat 30 Kecamatan dan 151 Kelurahan yang diadakan serentak pada tanggal 27 November 2024.

Pada pilkada yang diadakan tersebut tingkat partisipasi Masyarakat mengalami penurunan dibandingkan dengan Pemilihan Presiden yang dilaksanakan pada bulan Februari 2024. Pada pelaksanaan Pemilu Presiden, tingkat partisipasi Masyarakat di Kota Bandung sebesar 83,49% (sumber : kpu kota bandung) sedangkan pada Pemilihan Umum (Pemilu) Wali Kota Bandung, partisipasi Masyarakat dalam pelaksanaan pemilu tersebut sebesar 82,76% (sumber: kpu kota bandung).



Gambar Partisipasi Masyarakat Kota Bandung

Menurunnya partisipasi politik masyarakat di Kota Bandung pada Pilkada serentak disebabkan oleh beberapa alasan yang terjadi di masyarakat, fenomena tersebut menjadi pertanyaan karena tingkat keberhasilan dalam penyelenggaraan pemilihan kepala daerah dilihat berdasarkan partisipasi politik masyarakatnya. Seperti faktor yang berasal dari KPU Kota mengenai sosialisasi yang diberikan, respon masyarakat yang kurang mendukung, dan bahkan media massa pun turut mempengaruhi dalam pelaksanaan Pilkada Kota Bandung.

Oleh karena itu, maka diperlukan suatu upaya sosialisasi politik kepada masyarakat untuk membawa perubahan dan perbaikan bagi orientasi politik masyarakat agar setiap anggota masyarakat sadar dan bertanggungjawab mengenai berpartisipasi dalam Pemilihan Kepala Daerah. Hal ini sejalan dengan pendapat Mas'ood dan Mac Andrews bahwa sosialisasi politik adalah bagian dari proses sosialisasi yang khusus membentuk nilai-nilai politik yang menunjukkan bagaimana seharusnya anggota masyarakat berpartisipasi dalam sistem politiknya (Mas'ood dan Mac Andrews, 1984:34).

Dalam menyampaikan informasi terkait pemilu, maka lembaga yang memiliki kewenangan dalam melaksanakan pemilu yaitu Komisi Pemilihan Umum melakukan beberapa kegiatan sosialisasi politik, diantaranya menggunakan metode tatap muka, sosialisasi melalui media sosial, iklan di media elektronik dan cetak, serta metode Kerjasama dengan organisasi kemasyarakata. Dengan menyasar segmentasi masyarakat umum, pemilih pemula, masyarakat berkebutuhan khusus atau disabilitas, perempuan. Dan juga dilaksanakannya debat pemilu antar calon-calon kepala daerah yang dapat dilihat oleh Masyarakat, sehingga masyarakat dapat menentukan pilihan mereka nantinya.

Fenomena partisipasi politik masyarakat menjadi menarik perhatian seluruh pemangku keberhasilan pemilihan umum. Partisipasi politik

masyarakat sangat dibutuhkan dalam pembentukan pemerintahan dan legitimasi terpilihnya calon pemimpin daerah. Partisipasi politik masyarakat memiliki hubungan sinergis dengan sosialisasi berbagai kegiatan yang dilakukan calon pemimpin daerah, penyelenggara pemilihan umum, relawan calon pemimpin dan sebagainya.

Seperti yang sudah kita lihat sebelumnya bahwa salah satu tujuan dilaksanakan sosialisasi politik adalah untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi pemilih dalam menggunakan hak pilihnya pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Namun pada kenyataannya partisipasi politik masyarakat Kota Bandung dalam Pilkada mengalami penurunan, hal ini berarti bahwa tujuan dari diadakannya sosialisasi tersebut belum tercapai.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods design*) yang mengintegrasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam satu rangkaian penelitian untuk memperoleh data yang komprehensif, valid, dan objektif. Pendekatan campuran ini dipilih karena penelitian berupaya tidak hanya menggambarkan bentuk sosialisasi politik yang dilaksanakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Bandung, tetapi juga menguji pengaruhnya terhadap partisipasi politik masyarakat Kota Bandung pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024. Metode campuran yang digunakan merujuk pada strategi triangulasi konkuren, yaitu pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif secara bersamaan sehingga kedua jenis data dapat saling melengkapi dan memperkuat temuan penelitian.

Pada tahap kualitatif, data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Ketua KPU Kota Bandung, yang dilakukan untuk menggali informasi mengenai bentuk, mekanisme, serta efektivitas sosialisasi politik yang dilaksanakan lembaga tersebut selama tahapan Pilkada. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur agar peneliti dapat mengeksplorasi data secara luas sesuai dinamika informasi yang muncul. Data kualitatif juga diperkuat dengan observasi

dokumen, termasuk arsip, materi sosialisasi, dan publikasi resmi terkait pelaksanaan Pilkada Kota Bandung.

Pada tahap kuantitatif, penelitian menggunakan instrumen angket yang disusun berdasarkan indikator variabel sosialisasi politik, *exposure*, *communication*, dan *receptivity*, serta indikator partisipasi politik masyarakat. Angket disebarkan kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling, dengan jumlah sampel ditentukan melalui rumus Slovin dari populasi sebanyak 1.222.878 hak pilih di Kota Bandung. Angket menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat pengetahuan, minat, penerimaan, serta perilaku partisipasi politik responden yang berkaitan dengan kegiatan sosialisasi KPU Kota Bandung.

Teknik analisis data dilakukan melalui dua tahapan. Data kualitatif dianalisis melalui proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan untuk mengidentifikasi pola sosialisasi serta respon masyarakat terhadap kegiatan tersebut. Sementara itu, data kuantitatif dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan uji pengaruh untuk mengetahui hubungan antara sosialisasi politik yang dilakukan KPU dengan tingkat partisipasi politik masyarakat. Penggabungan kedua temuan kemudian dipakai untuk memberikan interpretasi komprehensif terkait efektivitas sosialisasi politik dalam meningkatkan partisipasi pemilih.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sosialisasi Politik Komisi Pemilihan Umum Kota Bandung

Hasil wawancara menunjukkan bahwa KPU Kota Bandung telah melaksanakan sosialisasi politik melalui beberapa metode, yaitu tatap muka, media sosial, media elektronik, media cetak, serta kerja sama dengan organisasi kemasyarakatan dan perangkat daerah hingga tingkat kecamatan dan kelurahan. KPU menilai sosialisasi berjalan efektif karena mayoritas masyarakat mengetahui jadwal Pilkada 27 November 2024, meskipun penyampaian visi-misi kandidat dinilai belum optimal akibat keterbatasan waktu, aturan teknis yang sering

terlambat, dan belum adanya payung hukum terkait kerja sama dengan influencer untuk memperluas jangkauan sosialisasi.

KPU sendiri menghadapi hambatan berupa keterbatasan waktu, teknis peraturan, serta rendahnya perhatian sebagian masyarakat terhadap informasi politik, yang menyebabkan sosialisasi belum menyentuh seluruh kelompok sasaran.

B. Analisis Kuantitatif Sosialisasi Politik

a. Indikator *Exposure*

Exposure mengukur sejauh mana masyarakat terpapar informasi politik KPU melalui media cetak, visual, maupun online.

Tabel 1. Pengetahuan tentang Visi dan Misi Kandidat

| No | Pengetahuan Visi-Misi Kandidat | F | (%) |
|----|--------------------------------|------------|---------------|
| 1 | Sangat Tahu | 10 | 10.00 |
| 2 | Tahu | 57 | 57.00 |
| 3 | Ragu-ragu | 25 | 25.00 |
| 4 | Tidak Tahu | 8 | 8.00 |
| 5 | Sangat Tidak Tahu | 0 | 0.00 |
| | Total | 100 | 100.00 |

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Hasil menunjukkan bahwa 57% responden mengetahui visi-misi kandidat, namun 33% masih ragu atau tidak tahu. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara bahwa penyampaian visi-misi membutuhkan pendekatan yang lebih intensif.

Kumulatif skor *exposure* sebesar 704, berada pada kategori tinggi, yang menandakan keterpaparan masyarakat melalui media sudah cukup baik.

b. Indikator *Communication*

Communication mengukur proses komunikasi politik masyarakat dengan informasi yang disampaikan KPU.

Tabel 2. *Communication*

| No. Item | Frekuensi Jawaban Responden | | | | | Skor |
|-------------------|-----------------------------|----|----|-----|----|--------|
| | S | Sr | Kk | HTP | TP | |
| 1 | 12 | 21 | 39 | 14 | 14 | 303 |
| 2 | 6 | 19 | 29 | 21 | 24 | 259 |
| Total | | | | | | 562 |
| Persentase | | | | | | 56.20% |

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Keterangan:

- S : Selalu
 Sr : Sering
 Kk : Kadang-kadang
 HTP : Hampir Tidak Pernah
 TP : Tidak Pernah

Skor total sebesar 562 berada dalam kategori sedang, menunjukkan komunikasi antara KPU dan masyarakat berlangsung, tetapi belum merata. Minimnya tatap muka dan dominasi media daring menjadi faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi.

c. Indikator *Receptivity*

Receptivity menilai sejauh mana masyarakat memahami dan menindaklanjuti informasi politik.

Tabel 3. Penilaian Substansi Materi Sosialisasi

| No | Penilaian | F | (%) |
|----|---------------|------------|---------------|
| 1 | Sangat Setuju | 12 | 12.00 |
| 2 | Setuju | 48 | 48.00 |
| 3 | Ragu-ragu | 32 | 32.00 |
| 4 | Kurang Setuju | 8 | 8.00 |
| 5 | Tidak Setuju | 0 | 0.00 |
| | Total | 100 | 100.00 |

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Sebanyak 48% setuju bahwa materi sosialisasi cukup baik, tetapi 32% ragu-ragu, menunjukkan bahwa sebagian masyarakat belum memahami isi materi secara utuh.

C. Analisis Partisipasi Politik Masyarakat

Partisipasi politik diukur melalui empat indikator: menghadiri rapat umum, terlibat kampanye, mengikuti perkembangan politik, dan aktif dalam partai politik.

a. Indikator Menghadiri Rapat Umum

Tabel 4. Mengikuti Sosialisasi KPU

| No | Frekuensi Mengikuti Sosialisasi | F | (%) |
|----|---------------------------------|------------|---------------|
| 1 | Sangat Setuju | 10 | 10.00 |
| 2 | Setuju | 16 | 16.00 |
| 3 | Ragu-ragu | 35 | 35.00 |
| 4 | Kurang Setuju | 13 | 13.00 |
| 5 | Tidak Setuju | 26 | 26.00 |
| | Total | 100 | 100.00 |

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Mayoritas responden (35%) hanya mengikuti sosialisasi 2–3 kali, sementara 26% tidak pernah hadir. Hal ini menunjukkan bahwa

kegiatan tatap muka belum menjangkau banyak warga.

b. Indikator Melibatkan Diri dalam Kampanye

Tabel 5. Menjadi Petugas Kampanye

| No | Frekuensi Mengikuti Sosialisasi | F | (%) |
|----|---------------------------------|------------|---------------|
| 1 | Sangat Setuju | 5 | 5.00 |
| 2 | Setuju | 13 | 13.00 |
| 3 | Ragu-ragu | 17 | 17.00 |
| 4 | Kurang Setuju | 10 | 10.00 |
| 5 | Tidak Setuju | 55 | 55.00 |
| | Total | 100 | 100.00 |

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Sebanyak 55% tidak pernah terlibat sebagai petugas kampanye, mengindikasikan partisipasi formal masyarakat dalam kampanye berada pada tingkat rendah.

c. Rekapitulasi Skor Partisipasi Politik

Skor kumulatif partisipasi politik (variabel Y) adalah 2642, berada pada kategori rendah (48.03%). Hal ini sejalan dengan temuan lapangan bahwa kegiatan sosialisasi belum sepenuhnya mendorong masyarakat untuk terlibat secara aktif dalam aktivitas politik langsung.

D. Uji Statistik Pengaruh Sosialisasi Politik terhadap Partisipasi Politik

a. Uji F (Simultan)

Nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga sosialisasi politik berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik masyarakat Kota Bandung.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

R Square = 0.528 menandakan bahwa 52.8% variasi partisipasi politik dijelaskan oleh sosialisasi politik, sisanya dipengaruhi faktor lain seperti preferensi politik keluarga, pengaruh kelompok sosial, atau minat pribadi dalam politik.

Tabel 6. Koefisien Determinasi (R^2)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std Error |
|-------|------|----------|-------------------|-----------|
| 1 | .727 | .528 | .524 | 2.65978 |

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

E. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi politik KPU Kota Bandung memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik

masyarakat. Namun, efektivitasnya berbeda pada tiap indikator:

1. *Exposure* tinggi, artinya media sosialisasi cukup menjangkau masyarakat.
2. *Communication* sedang, menunjukkan komunikasi dua arah antara masyarakat dan KPU belum optimal.
3. *Receptivity* cenderung moderat, karena sebagian besar masyarakat memahami materi sosialisasi hanya secara umum.

Sementara itu, partisipasi politik masyarakat masih berada pada kategori rendah, khususnya dalam menghadiri kampanye atau menjadi petugas kampanye. Ini menunjukkan bahwa keterpaparan informasi tidak selalu berbanding lurus dengan aktivitas politik langsung.

Kombinasi hasil ini menegaskan bahwa sosialisasi melalui media efektif untuk meningkatkan pengetahuan, tetapi tidak cukup untuk mendorong partisipasi aktif tanpa strategi yang lebih interaktif, khususnya tatap muka dan kolaborasi institusional.

4. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Beberapa Simpulan mengenai Pengaruh Sosialisasi Politik Komisi Pemilihan Umum Kota Bandung Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kota Bandung Tahun 2024 adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi politik yang telah dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Bandung terhadap Masyarakat sudah dilakukan seoptimal mungkin, melalui metode tatap muka, media sosial, media cetak dan elektronik serta metode Kerjasama dengan organisasi kemasyarakatan. Komisi Pemilihan Umum Kota Bandung sendiri sudah merasa metode yang dilakukan dirasakan efektif, dimana hampir semua Masyarakat mengetahui hari Pemilihan Kepala Daerah yang dilaksanakan pada tanggal 27 November 2024. Akan tetapi untuk mensosialisasikan visi dan misi pasangan calon kepala daerah itu sendiri, KPU Kota Bandung masih merasa kurang menyasar

kepada Masyarakat. Tantangan-tantangan juga masih dirasakan oleh Komisi Pemilihan Kota Bandung, diantaranya mengenai waktu yang sempit dalam melakukan sosialisasi tahapan-tahapan pemilihan kepala daerah. Strategi yang dilaksanakan oleh KPU Kota Bandung dengan melakukan kerjasama dengan berbagai organisasi dan perangkat daerah di Kota Bandung untuk melakukan sosialisasi juga kepada masyarakat.

2. Proses sosialisasi politik yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Bandung dilihat berdasarkan indikator *exposure*, *communication*, dan *receptivity* termasuk ke dalam kategori sedang. Hal ini bisa terjadi karena faktor dari kedua belah pihak, yakni pihak KPU Kota Bandung dan masyarakat Kota Bandung itu sendiri. Dalam melaksanakan sosialisasinya, KPU dinilai kurang merangkul masyarakat dan bertatap muka. Media yang digunakan sebatas media massa dan media sosial karena keterbatasan waktu dan tenaga. Sedangkan masyarakat Kota Bandung sendiri kurang membantu KPU yakni kurang kepedulian terhadap kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan dalam rangka Pemilihan Kepala Daerah Kota Bandung, sehingga tugas KPU untuk merangkul masyarakat tidak bisa terlaksana dengan baik karena tidak ada dukungannya dari faktor lain, yakni masyarakat. Sosialisasi politik yang dilakukan oleh KPU Kota Cimahi akan berpengaruh terhadap pemahaman masyarakat sendiri tentang nilai-nilai politik yang ada.
3. Partisipasi politik masyarakat dalam Pemilihan Kepala Daerah Kota Bandung Tahun 2024 berdasarkan indikator menghadiri rapat umum, melibatkan diri dalam kampanye, mengikuti perkembangan politik, dan aktif dalam partai politik atau kelompok kepentingan termasuk kedalam kategori rendah. Hal ini bisa terjadi karena kurangnya

informasi tentang waktu dan tempat pelaksanaan, selain itu juga dikarenakan kesibukan masyarakat yang berbenturan dengan jadwal kegiatan Tahapan Pilkada Kota Bandung. Faktor lainnya partisipasi politik masyarakat Kota Bandung termasuk dalam kategori rendah, bisa disebabkan karena beberapa pertemuan yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Bandung menyangkut sosialisasi penyelenggaraan Pilkada Kota Bandung Tahun 2024 kurang mendapat perhatian yang baik dari masyarakat. Partisipasi politik masyarakat bisa lebih ditingkatkan lagi mengingat dalam kegiatan berpolitik partisipasi politik dari masyarakat sendiri merupakan faktor yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan berpolitik seperti dalam Pilkada.

4. Berdasarkan koefisien Determinasi, menunjukkan bahwa variabel sosialisasi politik mampu memberikan pengaruh terhadap variabel partisipasi politik. Hal ini berarti, sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kota Bandung mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam kegiatan politik khususnya dalam Pemilihan Kepala Daerah Kota Bandung Tahun 2024. Karena tanpa adanya pemahaman masyarakat yang salah satunya dilakukan melalui sosialisasi, maka partisipasi dari masyarakat pun tidak akan tercipta. Sehingga tujuan dari sosialisasi yaitu untuk menumbuhkan partisipasi dalam masyarakat tidak akan terwujud. Dengan demikian hipotesis kerja, yaitu “Ada pengaruh antara sosialisasi politik terhadap partisipasi politik masyarakat dalam Pemilihan Wali Kota Bandung Tahun 2024” telah terbukti.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan penulis berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti rangkum sebelumnya, adalah sebagai berikut:

1. Terkait perannya dalam sosialisasi politik, sebaiknya Komisi Pemilihan Umum Kota Bandung lebih memberikan informasi-informasi terkait penyelenggaraan Pilkada terkait tahapan-tahapan pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah lebih jelas dan juga Komisi Pemilihan Umum waktu untuk melaksanakan sosialisasi tersebut dilaksanakan dalam kurun waktu yang lebih lama, sehingga Masyarakat dapat mengetahui informasi-informasi yang diberikan tidak dalam waktu yang sempit;
2. Kerjasama antara Komisi Pemilihan Umum Kota Bandung dengan pihak-pihak lainnya seperti kewilayahan, karena perangkat daerah dari kewilayahan lebih mudah dan dekat terjun langsung ke Masyarakat;
3. Kesadaran dari masyarakat Kota Bandung sendiri agar tidak acuh terhadap tahapan dalam Pilkada Kota Bandung karena jika sosialisasi politik sudah baik namun tidak didukung oleh faktor masyarakatnya sendiri, maka belum tentu tercipta juga partisipasi politik yang baik pula;
4. Media massa memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan informasi. Untuk itu, sebaiknya media massa memberikan tampilan dan penyajian yang menarik mengenai berita, terutama dalam hal pilkada dan beritanya harus benar-benar sesuai dengan kenyataan dan aktual serta netral.

DAFTAR PUSTAKA

Ab Aziz, N., Hashim, H., & Yunus, M. M. (2017). Data analysis in qualitative research: A Miles and Huberman approach. *Journal of Education and Social Sciences*, 7(1), 88–95.

Alansyah, E., & Susanti, A. (2025). Identifikasi kebutuhan fasilitas ruang parkir (studi kasus: Fakultas Vokasi Universitas

- Negeri Surabaya). *Jurnal Teknik Sipil*, 3(2), 176–183.
- Alfatiyah, R. (2020). Analisis kualitas pelayanan parkir dengan metode SERVQUAL, IPA, dan QFD untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di PT. Securindo Packatama Indonesia. *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri)*, 2(2), 105–115. <https://doi.org/10.32493/jitmi.v2i2.y2019.p105-115>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Eisenhauer, L. A., & Wynaden, D. (2001). Hidden and emerging drama in a Norwegian critical care unit: Ethical dilemmas in the context of ambiguity. *Nursing Ethics*, 8(1).
- Elsi, A., et al. (2025). Pengaruh parking gate terhadap kinerja area parkir Mall Boemi Kedaton dengan efisiensi sebagai variabel moderasi dalam perspektif syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4307, 1755–1767.
- Fuady, S. N., & Dirgahayani, P. (2018). Kajian pengelolaan fasilitas parkir di kawasan pendidikan: Studi kasus Kampus Institut Teknologi Bandung. *Jurnal Teknik Sipil*, 7, 1–11.
- Hidayat, R., & Wibowo, A. (2020). Pengaruh kondisi fasilitas parkir terhadap kelancaran mobilitas kendaraan di kawasan pendidikan. *Jurnal Transportasi*, 14(2), 77–86.
- Irawan, D., et al. (2019). Analisis kebutuhan parkir di Kampus Universitas Lampung (studi kasus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Fakultas Hukum). *Jurnal Rekayasa Sipil*, 6(1), 505–514.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. Sage Publications.
- Lawalata, A., et al. (2024). Evaluasi ruang parkir off street di area kampus. *Jurnal Konstruksi*, 22(2), 8–14. <https://doi.org/10.33364/konstruksi.v22-2.1546>
- Lusia. (2019). Analysis of the quality of public service in the regional secretariat. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 10, 27–33. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-10.04>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Nabal, A. (2014). Evaluasi kebutuhan lahan parkir pada area parkir Kampus FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta. *Jurnal Teknik Sipil*, 13(1), 32–44. <https://doi.org/10.24002/jts.v13i1.642>
- Prakoso, B., & Fitriyanto, E. (2020). Evaluasi kinerja fasilitas parkir pada kawasan perdagangan Kaliwungu. *Karya Teknik Sipil*, 9(3), 215–222.
- Prastya, A., Yusno, Z., & Ramli, W. (2024). Analisis kenyamanan ruang parkir Kampus Institut Teknologi Mitra Gama. *Jurnal Teknik Sipil*, 2, 1–3.
- Pratama, R., & Nugraha, A. (2022). Evaluasi kebersihan dan keamanan fasilitas parkir pada lingkungan kampus. *Jurnal Teknik Sipil dan Lingkungan*, 9(1), 34–42.
- Pratama, R., & Sudaryanto, A. (2020). Analisis kinerja parkir pada area perdagangan di Kota Semarang. *Jurnal Teknik Sipil dan Perencanaan*, 22(1), 45–54.

- Pratiwi, D., & Santosa, B. (2021). Triangulasi teknik dalam upaya menjaga validitas data penelitian kualitatif. *Jurnal Penelitian Sosial dan Humaniora*, 9(1), 88–97.
- Purnama, I., et al. (2022). Prototipe sistem parkir berbasis Internet of Things dengan live dashboard MQTT server. *Technologia*, 21(3), 621–632.
- Puspitasari, R., & Mudana, I. K. (2017). Kajian penataan parkir di badan jalan Kota Cirebon. *Warta Penelitian Perhubungan*, 29(1), 105–115. <https://doi.org/10.25104/warlit.v29i1.457>
- Putri, M. A., et al. (2025). Evaluasi kelayakan fasilitas parkir kendaraan roda dua di Kampus UIN Bukittinggi menggunakan metode certainty factor. *Jurnal Teknik Sipil*, 13(1), 1–5.
- Rahmat, P. S. (2020). Teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Dasar Nusantara*, 1, 10–21.
- Rahmawati, S., et al. (2024). Tingkat kepuasan mahasiswa pada fasilitas kampus. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 845–852.
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif: Pemahaman filosofis dan metodologis ke arah penguasaan model aplikasi. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 39(2), 249–269. <https://doi.org/10.21580/jid.v39.2.4400>
- Rusandi, M. A., & Rusli, M. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 2(1), 48–60.
- Sayudin. (2025). Pengembangan sistem smart parking berbasis sensor ultrasonik dan aplikasi Android pada kawasan perkotaan. *Jurnal Teknik Indonesia*, 160–168.
- Suswiantara, A., et al. (2024). Penerapan algoritma best first search (BFS) untuk penentuan slot parkir. *Malcom: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(4), 1606–1613.
- Taufiqqurohman, A., et al. (2023). Rancang bangun aplikasi parkir mobil berbasis web untuk efisiensi pengelolaan lahan parkir kampus. *Information Technology and Innovation*, 1(2), 43–52.
- Zahira, A. F., et al. (2024). Penataan parkir kawasan Universitas Brawijaya Kampus II Dieng. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 14(0341), 13–22.