



Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Provinsi Dki Jakarta Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Tahun 2024

Gina Fitriani¹, Robbikal Muntaha Meliala², George Wilhelm Bender³

^{1,2,3} Universitas Bina Sarana Informatika

Abstrak

Received: 20 Agustus 2025
Revised: 27 Agustus 2025
Accepted: 01 September 2025

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi DKI Jakarta dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu Tahun 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPU DKI Jakarta telah melaksanakan berbagai kegiatan sosialisasi inovatif, seperti "KPU Goes to Campus," "KPU Goes to School," dan partisipasi aktif dalam acara publik seperti Car Free Day. Program-program ini berhasil meningkatkan kesadaran dan minat pemilih, khususnya dari kalangan generasi muda, termasuk Pemula. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa kelompok marginal dan penyandang disabilitas masih menghadapi berbagai kendala dalam mengakses informasi terkait pemilu. Hambatan tersebut disebabkan oleh keterbatasan akses terhadap media sosial dan media massa, yang menjadi saluran utama komunikasi KPU. Berdasarkan temuan ini, diperlukan strategi sosialisasi yang lebih inklusif dan beragam untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat, sehingga dapat meningkatkan partisipasi pemilih secara menyeluruh.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Partisipasi Pemilih, KPU DKI Jakarta, Pemilu 2024, Hambatan Komunikasi

(*) Corresponding Author:

ginafitriani2002@gmail.com,
george.gwn@bsi.ac.id

robbikal.rtl@bsi.ac.id

How to Cite: Fitriani, G., Meliala, R. M., & Bender, G. W. (2025). Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Provinsi Dki Jakarta Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Tahun 2024. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(9.C), 206-219. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11532>.

PENDAHULUAN

Dalam konteks organisasi atau kelompok, keberadaan strategi komunikasi sangatlah krusial. Strategi komunikasi merupakan perencanaan yang komprehensif dalam proses penyampaian pesan. Rencana ini mencakup pemilihan media, perumusan pesan, dan perkiraan dampak yang akan timbul, dengan tujuan mencapai hasil yang telah ditetapkan sebelumnya.

Maka dari itu, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi DKI Jakarta juga memiliki strategi untuk memaksimalkan partisipasi pemilih sebagai Lembaga yang menyelenggarakan kontestasi pemilu dibutuhkan sebuah strategi Lembaga yang tepat untuk bisa mencapai target dalam hal peningkatkan partisipasi pemilih. Oleh karena itu, salah satu parameter keberhasilan penyelenggaraan pemilu ketika partisipasi pemilih cukup tinggi menjadi tanda awal bahwa penyelenggaraan pemilu mendapat legitimasi dari masyarakat.

Komisi Pemilihan Umum telah memutuskan tiga pasangan calon presiden dan wakil presiden untuk pemilihan umum 2024. Pasangan calon presiden dan

wakil presiden adalah Anies Rasyid Baswedan dan Muhaimin Iskandar yang didukung oleh koalisi partai politik antara lain Partai NasDem, Partai Kebangkitan Bangsa, dan Partai Keadilan Sejahtera. Pasangan calon tersebut adalah Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka yang didukung oleh koalisi partai antara lain Partai Gerakan Indonesia Raya, Partai Golkar, Partai Demokrat, Partai Amanat Nasional, Partai Solidaritas Indonesia, Partai Bulan Bintang, dan Partai Garda Republik Indonesia. Sedangkan trio calon dipimpin MD Ganjar Pranowo-Mahfud yang didukung koalisi partai politik antara lain PDI Perjuangan, Partai Persatuan Pembangunan, Partai PERINDO, dan Partai Hati Nurani Rakyat.

Lembaga Survei Indonesia pada rilis tanggal 10 Februari 2024 lalu, memaparkan bahwa hasil survei nasional berdasarkan *Top Of Mind*, elektabilitas dukungan untuk masing-masing peserta Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024 menjelang berakhirnya masa kampanye adalah Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka menjadi paling banyak dipilih sebanyak 48,1%, Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Anies Rasyid Baswedan-Muhaimin Iskandar sebanyak 21,3%, sedangkan Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Ganjar Pranowo-Mahfud MD sebanyak 18,0%.

Sesuai dengan Pasal 12 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Tugas, Wewenang, dan Tanggung Jawab Komisi Pemilihan Umum, KPU bertugas mensosialisasikan hal-hal terkait penyelenggaraan pemilu beserta tugas dan wewenangnya kepada masyarakat. Sebagai penyelenggara pemilu, KPU Provinsi DKI Jakarta mempunyai kewajiban untuk meningkatkan partisipasi masyarakat melalui sosialisasi dan edukasi politik yang intensif. Sosialisasi yang efektif adalah kunci untuk meningkatkan partisipasi pemilih. Oleh karena itu, KPU Provinsi DKI Jakarta harus aktif melakukan sosialisasi untuk memastikan masyarakat memahami pentingnya berpartisipasi dalam pemilu. Upaya-upaya ini bertujuan untuk menjamin pemilu yang demokratis, jujur dan adil.

Partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pemilu dapat dilakukan melalui berbagai cara, antara lain sosialisasi, pendidikan politik, survei, dan penghitungan cepat. Masyarakat juga dapat berpartisipasi aktif dalam penyelenggaraan pemilu dengan menjadi anggota panitia pemilihan lokal (PPK), panitia pemungutan suara (PPS), kelompok penyelenggara pemungutan suara (KPPS) atau petugas pemutakhiran data pemilih (Pantarlih).

Berdasarkan Surat Keputusan Panitia Penyelenggara Pemilihan Umum Daerah Metropolitan Khusus Negara Jakarta Nomor 27 Tahun 2023 tentang Penataan Kembali Daftar Pemilih Tetap Tingkat Daerah Metropolitan Khusus Jakarta Untuk Penyelenggaraan Pemilu 2024, seluruh TPS di DKI Jakarta adalah yang berhak menggunakan hak pilihnya pada pemilu di DKI Jakarta berjumlah 8.252.897 orang. Pemilih yang menggunakan hak pilihnya terdiri dari 4.172.296 pemilih perempuan dan 4.080.601 pemilih laki-laki yang tersebar di 44 kecamatan dan 30.766 TPS di Jakarta.

Berikut menunjukkan jumlah pemilih yang berpartisipasi dalam pemilihan presiden pada tahun 2019 dan 2024.

Tabel 1. Perbandingan Daftar Pemilih Tetap Pemilu Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2019 dengan 2024

No	Tahun	Daftar Pemilih Tetap	Pengguna Hak Pilih	Presentase Partisipasi
1	Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2019	8.109.772	6.425.574	79,23%
2	Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2024	8.252.897	6.558.734	79,47%

Sumber: Dokumen laporan Pemilu KPU DKI (2019, 2024)

Berdasarkan data, tingkat partisipasi pemilih di DKI Jakarta mengalami peningkatan secara berkelanjutan dari tahun 2019 hingga 2024. Meskipun laju peningkatannya melambat pada tahun 2024, tren positif ini mengindikasikan adanya peningkatan minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses demokrasi. KPU DKI Jakarta perlu terus mengoptimalkan strategi komunikasi untuk mencapai target partisipasi pemilih yang lebih tinggi.

Berdasarkan paparan di atas, maka judul penelitian ini adalah “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Provinsi DKI Jakarta Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Tahun 2024”.

METODE PENELITIAN

Menurut Bogdan & Taylor, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang perilaku yang diamati dan bahasa tertulis atau lisan orang atau subjek penelitian (Marinu Waruwu, 2023).

Penelitian kualitatif ini menggunakan metode deskriptif untuk mendeskripsikan strategi komunikasi KPU Provinsi DKI Jakarta dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu 2024 dan mengidentifikasi hambatan komunikasi yang dihadapi KPU Provinsi DKI Jakarta dalam upaya tersebut. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan.

Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan di Kantor Komisi Pemilihan Umum Provinsi DKI Jakarta yang terletak di Jalan Salemba Raya No. 15, Kelurahan Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat, 10410. Penulis memilih lokasi ini sebagai fokus penelitian supaya dapat melakukan penelitian dengan detail, terfokus, dan mudah dalam mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan

Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan kegiatan yang didalamnya terdapat proses persiapan penelitian, pengajuan judul, pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, penyusunan skripsi, sampai pada pengajuan sidang. Kegiatan ini dilaksanakan selama tiga bulan, dimulai dari Oktober 2024 hingga Desember 2024.

Unit Analisis

Menurut Sugiyono mengemukakan bahwa unit analisis ialah unit terkecil dari subjek penelitian yang diinginkan oleh penelitian sebagai klarifikasi pengumpulan data tersebut (Asep Mulyana, 2020).

Dalam penelitian ini, terdapat unit analisis yang diperlukan peneliti sebagai alat penunjang selama melakukan penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah perilaku organisasi atau kelompok kerja yang diwujudkan dalam bentuk kebijakan strategi komunikasi organisasi.

Definisi Konseptual

Menurut Sugiyono, definisi konseptual adalah karakteristik, sifat, atau nilai yang dimiliki seseorang, yang dipandang sebagai objek dengan berbagai variasi, dan ditetapkan serta diinterpretasikan oleh peneliti (Farhan, 2022)

1. Strategi (Analisis Tulang Ikan)
2. Hubungan Masyarakat
3. Pemilu
4. Kampanye Pemilu
5. Sosialisasi
6. Publik
7. Pemilih atau Partisipasi dalam Pemilu
8. Demokrasi Pancasila

Pemilihan Informan

Ade Heryana menjelaskan informan merupakan subjek penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai fenomena atau permasalahan yang dibahas dalam penelitian (Nur & Utami, 2022). Sedangkan menurut Ardianto, *key* informan merupakan sumber utama penelitian. Informan kunci berperan penting dalam penelitian karena dapat memberikan informasi yang lebih mendalam dan relevan kepada peneliti (Nurdiansyah et al., 2021)

Tabel 1. Pemilihan Key Informan

No.	Nama	Kapasitas
1.	Fathimah Ria Apriani	Kepala Sub Bagian Partisipasi dan Hubungan Masyarakat KPU Provinsi DKI Jakarta

Sumber : Data Oleh Penulis (2024)

Tabel 2. Pemilihan Key Informan

No.	Nama	Kapasitas
1.	Beby Pinkan	Pemilih Pemula
2.	Rismiyati	Pemilih Muda
3.	Azizah Noor Laili K.	Pemilih Perempuan
4.	Suad	Pemilih Penyandang Disabilitas
5.	Yono	Pemilih Kelompok Marjinal

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik observasi adalah salah satu metode yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung di lapangan (Pratiwi et al., 2024). Sedangkan Hadani menyatakan observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati kegiatan yang sedang berlangsung (Ariyanti et al., 2022).

2. Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, dengan tujuan untuk memahami apa yang menjadi fokus penelitian (Prawiyogi et al., 2021).

3. Dokumentasi

Menurut Fitriani dalam (Ratri Ayumsari, 2022) mendefinisikan bahwa dokumentasi tidak terbatas pada dokumentasi pustaka, namun perhatian dokumentasi juga tertuju pada semua bentuk informasi, pengetahuan, serta sejarah yang bernilai.

4. Studi Literatur

Menurut Sarwono (Munib & Wulandari, 2021), penelitian kepustakaan meliputi analisis data dari berbagai buku referensi dan hasil penelitian terdahulu yang relevan, dengan tujuan untuk memperoleh landasan teori yang dapat mendukung pembahasan masalah atau kasus yang diangkat

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Menurut Wahyu Kurnia dalam (Musdalifah et al., 2022) mengemukakan bahwa pengolahan data ialah suatu jenis proses menerima dan mengeluarkan data. Dalam konteks ini, pengolahan data juga mencakup beberapa kegiatan penyimpanan dan penanganan data.

Analisis data merupakan langkah penting dalam teknologi pengolahan data. Teknik analisis data bertujuan untuk menyajikan hasil penelitian dalam bentuk yang menarik, seperti grafik atau plot, untuk menjelaskannya dengan cara yang mudah dipahami orang lain. Selain itu, tujuan dari teknik analisis data adalah untuk menarik kesimpulan secara keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Oleh karena itu, analisis data tidak hanya membantu dalam memahami informasi yang tersedia, tetapi juga membantu menyajikannya secara jelas dan informatif (Nur & Saihu, 2024).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yang akan dijelaskan melalui teori *PENCILS* dan analisis tulang ikan. Teori *PENCILS* memiliki komponen unik berikut: (1) Penerbitan, (2) Peristiwa, (3) Berita, (4) Partisipasi Masyarakat, (5) Informasi atau Gambar, (6) Lobi dan Negosiasi, (7) Tanggung Jawab Sosial. Di sisi lain, analisis tulang ikan digunakan sebagai salah satu cara untuk mengukur kualitas yang dapat mempengaruhi tingkat permasalahan yang dihadapi.

Berikut adalah tiga teknik analisis data kualitatif dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi dan penelitian kepustakaan untuk memperoleh informasi yang relevan mengenai strategi komunikasi KPU DKI Jakarta dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu tahun 2024. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif berdasarkan data yang dikumpulkan

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk naratif untuk dianalisis menggunakan analisis tulang ikan dan teori PENCILS Thomas L. Harris. Representasi data ini meliputi data primer berupa tanggapan informan dan data sekunder berupa penelitian dokumen strategi komunikasi KPU DKI Jakarta dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu 2024.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verifying*)

Dalam hal ini, penarikan kesimpulan memerlukan analisis yang logis untuk menghubungkan fakta atau data ke hasil akhir yang dapat dipertanggungjawabkan. Setelah berhasil melakukan proses reduksi data dan penyajian data, peneliti membuat kesimpulan mengenai Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Provinsi DKI Jakarta dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pemilu Tahun 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi KPU Provinsi DKI Jakarta dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu tahun 2024 dan mengidentifikasi hambatan komunikasi yang dihadapi KPU Provinsi DKI Jakarta dalam upaya tersebut. Untuk mencapai hal tersebut, peneliti melakukan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

A. Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat

Untuk menunjang pelaksanaan kerja humas diperlukan suatu teori atau strategi bauran pemasaran humas yang dikenal dengan konsep PENCILS yang dikembangkan oleh Thomas L. Harris. Menurut (Mawahib & Hariyanto, 2023), teori PENCILS dapat dijelaskan melalui komponen-komponen berikut: Publikasi, acara, berita, keterlibatan komunitas, informasi atau gambar, lobi dan negosiasi, tanggung jawab sosial.

- Publikasi

Dalam memberikan informasi seputar kepemiluan, media yang digunakan oleh KPU Provinsi DKI Jakarta menggunakan jalur *Above The Line* dengan target semua pemilih dari setiap segmentasinya atau melalui media massa *mainstream* seperti koran beritajakarta, Radio Republik Indonesia, dan Kompas TV. Selain itu KPU Provinsi DKI Jakarta juga memiliki media sosial seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Website*, dan juga laman PPID untuk menerima umpan balik atau *feedback* yang diterima dari masyarakat atas informasi mengenai kepemiluan yang telah dibagikan oleh KPU Provinsi DKI Jakarta.

- Event

KPU Provinsi DKI Jakarta tentu merencanakan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mendukung para calon pemilih untuk meningkatkan minatnya dalam menggunakan hak suaranya pada Pemilu Tahun 2024. Kegiatan *Car Free Day* yang digelar oleh KPU Provinsi DKI Jakarta setiap minggunya mendapat respon positif dari masyarakat. Terutama pada saat tahapan pindah memilih, yaitu pelayanan bagi Pemilih yang sudah terdaftar dalam DPT atau Daftar Pemilih Tetap, namun tetap ingin memberikan hak suaranya di TPS lain atau lokasi yang berbeda. Pada tahapan tersebut, tingginya antusias masyarakat terhadap kegiatan yang dilakukan oleh

KPU Provinsi DKI Jakarta, karena kegiatan tersebut merupakan kegiatan menjemput bola atau langsung mendatangi pemilih dalam berbagai segmentasi.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi pada Car Free Day
Sumber : Dari Peneliti (2024)



Gambar 3. Kegiatan KPU Goes to Pesantren
Sumber : Dari Peneliti (2024)

- News

News atau berita merupakan pernyataan resmi yang dikeluarkan oleh organisasi, perusahaan atau instansi untuk menginformasikan isu atau berita tertentu kepada khalayak. Penting pada masa-masa Pemilu untuk menginformasikan kepada pemilih mengenai informasi kepeiluan yang akan disampaikan dari KPU Provinsi DKI Jakarta secara langsung karena menyajikan informasi yang terpercaya.

KPU Provinsi DKI Jakarta menggunakan media sosialnya dalam menyebarluaskan informasi dan juga press release yang akan disampaikan kepada Pemilih dan juga KPU Provinsi DKI Jakarta dibantu oleh rekan-rekan jurnalis dari media massa yang akan menyebarluaskan informasi dimaksud, yang tentunya sudah terjalin hubungan baik dengan media massa lainnya.

- Community Involvement

Dalam hal meningkatkan partisipasi pemilih, KPU Provinsi DKI Jakarta menjalin kerjasama dengan beberapa media, organisasi Pemerintahan maupun organisasi masyarakat untuk membantu menyebarluaskan informasi seputar kepeiluan. KPU Provinsi DKI Jakarta juga melibatkan *stakeholder*, pemilih, dan masyarakat lainnya serta karyawan yang ada pada Sub Bagian Partisipasi dan Hubungan Masyarakat dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu Tahun 2024.

- Image or Inform



Gambar 4. Digital Signage pada Sosialisasi PRJ
Sumber : Dari Peneliti (2024)

Dalam rangka menarik perhatian publik serta meningkatkan daya jual KPU Provinsi DKI Jakarta terhadap minat memilih dan meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu Tahun 2024, menurut Ibu Fathimah selaku *key informan* dalam penelitian ini, KPU Provinsi DKI Jakarta menggunakan teknologi *digital signage* berupa TV yang *didesign* berisikan informasi mengenai kepemiluan, sehingga masyarakat dapat mendapatkan informasi tersebut melalui teknologi yang ada yaitu *digital signage*.

- Lobbying and Negotiation

Untuk meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu 2024, KPU Provinsi DKI Jakarta telah menerapkan berbagai strategi untuk menarik pemilih. Beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain sosialisasi yang melibatkan pemilih dari berbagai kalangan seperti *KPU Goes to Campus*, *KPU Goes to School*, *Car Free Day*, *KPU Goes to Pesantren*, sosialisasi di Pekan Raya Jakarta (PRJ), sosialisasi dengan kelompok difabel DKI Jakarta antara lain; kegiatan bersama dengan pemangku kepentingan untuk mendorong partisipasi pemilih dalam acara-acara di tingkat lokal.



Gambar 5. Koordinasi dengan Stakeholder terkait Sosialisasi
Sumber : Dari Peneliti (2024)

- Social Responsibility



Gambar 6. Sosialisasi dengan Pemilih Penyandang Disabilitas

Sumber : Dari Peneliti (2024)

Dalam hal *Corporate Social Responsibility*, KPU Provinsi DKI Jakarta bertanggungjawab atas hak setiap warga negara untuk dapat difasilitasi dalam menggunakan hak suaranya pada Pemilu Tahun 2024. KPU Provinsi DKI Jakarta terus berupaya untuk meningkatkan partisipasi pemilih melalui kegiatan sosialisasi secara rutin kepada pemilih, selain itu sosialisasi juga dilakukan melalui media ATL atau *Above The Line*, seperti TV, Radio, Koran atau Majalah hingga *Billboard*.

B. Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilu Tahun 2024

Partisipasi Masyarakat pada Pemilu 2024 adalah partisipasi masyarakat dalam proses penggunaan hak pilihnya dalam penyelenggaraan pemilu yang diselenggarakan setiap lima tahun sekali. Keikutsertaan ini juga mencakup pemilih yang terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) dan tidak melanggar ketentuan yang berlaku. Berikut hasil wawancara dengan informan kunci mengenai jumlah pemilih dalam daftar pemilih tetap Pemilu 2024, berdasarkan ringkasan penghitungan suara dan berita acara masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden di setiap daerah/kota pada Pemilu 2024. Daerah Pemilihan

NO.	URAIAN	RINCIAN							
I.	DATA PEMILIH DAN PENGGUNA HAK PILIH	ADM. KEP. SERIBU	JAKARTA PUSAT	JAKARTA UTARA	JAKARTA BARAT	JAKARTA SELATAN	JAKARTA TIMUR	JUMLAH AKHIR	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
A.	DATA PEMILIH								
	1. Jumlah Pemilih dalam DPT (Model A.3-KPU)	LK	11.621	413.669	667.144	947.028	867.107	1.174.032	4.080.6
		PR	10.415	416.683	677.992	958.324	898.942	1.209.940	4.172.2
		JML	22.036	830.352	1.345.136	1.905.352	1.766.049	2.383.972	8.252.8
B.	PENGGUNA HAK PILIH								
	1. Jumlah pengguna hak pilih dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT)	LK	9.096	296.100	468.817	703.767	677.395	898.176	3.053.3
		PR	8.757	315.707	509.060	744.710	738.217	986.705	3.303.1
		JML	17.853	611.807	977.877	1.448.477	1.415.612	1.884.881	6.356.5
	2. Jumlah pengguna hak pilih dalam Daftar Pemilih Tambahan (DPTb)	LK	578	9.928	7.339	10.987	17.555	13.603	59.99
		PR	103	10.220	8.458	14.180	23.072	14.231	70.26
		JML	681	20.148	15.797	25.167	40.627	27.834	130.25
	3. Jumlah pengguna hak pilih dalam Daftar Pemilih Khusus (DPK)	LK	66	3.627	5.605	7.857	7.166	9.537	33.85
		PR	65	3.954	6.312	8.862	8.029	10.893	38.11
		JML	131	7.581	11.917	16.719	15.195	20.430	71.97
	4. Jumlah Pemilih (B.1+B.2+B.3)	LK	9.740	309.655	481.761	722.611	702.116	921.316	3.147.1
		PR	8.925	329.881	523.830	767.752	769.318	1.011.829	3.411.5
		JML	18.665	639.536	1.005.591	1.490.363	1.471.434	1.933.145	6.558.7
II.	PERSENTASE TINGKAT PARTISIPASI MASYARAKAT	ADM. KEP. SERIBU	JAKARTA PUSAT	JAKARTA UTARA	JAKARTA BARAT	JAKARTA SELATAN	JAKARTA TIMUR	TOTAL PERSENTASE	
(1.)	(2.)	(1.)	(2.)		(1.)	(2.)		(1.)	
A.	(Jumlah Pengguna Hak Pilih/Jumlah Pemilih) x 100%	84,70%	77,02%	74,76%	78,22%	83,32%	81,09%	79,47%	
B.	Pengguna Hak Pilih dalam DPT/Data Pemilih x100%	81,02%	73,68%	72,70%	76,02%	80,16%	79,06%	77,02%	
C.	Rumus KPU RI	84,20%	76,32%	74,10%	77,54%	82,61%	80,40%	78,78%	

N O.	URAIAN		RINCIAN						JUM LAH AKH IR
			AD M. KEP SER IBU	JAKA RTA PUSA T	JAKA RTA UTA RA	JAKA RTA BAR AT	JAKA RTA SELA TAN	JAKA RTA TIMU R	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Jumlah Seluruh Pemilih Disabili tas yang menggu nakan hak pilih	L K	78	1.813	2.123	2.266	2.150	3.593	12.02 3
		P R	76	2.163	2.322	2.607	2.279	3.511	12.95 8
		J M L	154	3.976	4.445	4.873	4.429	7.104	24.98 1

Gambar 7. Rekapitulasi Penghitungan Suara dan Tingkat Partisipasi Masyarakat pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024 Provinsi DKI Jakarta

Sumber : Model D.Hasil Provinsi-PPWP

C. Analisis Fishbone

Analisis tulang ikan digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian untuk mengkategorikan berbagai sebab potensial dari suatu masalah atau pokok persoalan dengan cara yang mudah dimengerti dan rapih, seperti berikut ini:

- **Manusia**

Dalam melakukan wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti pada objek penelitian, KPU Provinsi DKI Jakarta memiliki tenaga Sumber Daya Manusia sebanyak 78 orang secara keseluruhan, sedangkan tenaga Sumber Daya Manusia pada Divisi Kehumasan terdapat 7 orang secara keseluruhan.

- **Mesin**

KPU Provinsi DKI Jakarta juga menggunakan teknologi *digital signage* berupa TV yang *didesign* dengan berisikan informasi mengenai kepemiluan, sehingga masyarakat dapat mendapatkan informasi tersebut melalui teknologi yang ada yaitu *digital signage*. KPU Provinsi DKI Jakarta juga memanfaatkan media massa dan media sosial dalam menyebarkan informasi yang kredibel dan terpercaya kepada pemilih.

Sejak bulan Juli 2022, KPU Provinsi DKI Jakarta menggunakan sosial media *Instagram* dalam menyampaikan pesan edukasi terkait kepemiluan, *Instagram* menjadi aplikasi yang paling sering digunakan oleh pemilih dalam mencari tahu informasi seputar Pemilu Tahun 2024.

- **Metode**

KPU Provinsi DKI Jakarta memiliki beberapa langkah strategis dalam menyosialisasikan kepada pemilih mengenai pentingnya memilih pada Pemilu Tahun 2024, seperti sosialisasi yang menasar kepada pemilih setiap segmentasinya, yaitu kegiatan KPU *Goes to Campus*, KPU *Goes to School*, KPU *Goes to Pesantren* KPU *Goes to Pesantren Car Free Day*, dan juga sosialisasi pada Pekan Raya Jakarta.

KPU Provinsi DKI Jakarta juga memiliki aplikasi berbasis teknologi informasi yang dirancang untuk memfasilitasi hasil penghitungan suara pada Pemilu Tahun 2024, yaitu Sistem Informasi Rekapitulasi atau SIREKAP.

- **Material**

Dalam melakukan sosialisasi kepada pemilih, KPU Provinsi DKI Jakarta menggunakan tagline “Pemilu Sarana Integrasi Bangsa”, tagline tersebut merupakan kunci penting dalam mewujudkan pemilu sebagai sarana integrasi bangsa. KPU Provinsi DKI Jakarta menekankan tagline merupakan sebuah representasi nilai-nilai kebhinekaan persatuan.

- **Lingkungan**

Penyebarluasan informasi mengenai kepemiluan juga dibantu oleh berbagai macam kelompok organisasi masyarakat, seperti Forum Kewaspadaan Dini Masyarakat (FKDM), Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), dan Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) serta *stakeholder* tingkat Provinsi DKI Jakarta, hal tersebut guna mendukung tingkat partisipasi masyarakat pada Pemilu Tahun 2024.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan analisis yang dibahas sebelumnya tentang Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Provinsi DKI Jakarta dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Pemilu Tahun 2024, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

- a. KPU DKI Jakarta menyebarkan informasi pemilu melalui media cetak, digital, dan sosial, serta mengadakan kegiatan seperti "KPU *Goes to Campus*," "KPU *Goes to School*," dan partisipasi dalam *Car Free Day* serta Pekan Raya Jakarta. Mereka juga bekerja sama dengan media, melibatkan komunitas lokal dan disabilitas, serta berkoordinasi dengan berbagai pihak. Transparansi dijaga melalui aplikasi SIREKAP yang memungkinkan masyarakat memantau hasil penghitungan suara secara real-time.
- b. Partisipasi masyarakat dalam Pemilu 2024 menunjukkan respons yang sangat positif, terutama dari pemilih muda dan Generasi Z di DKI Jakarta. Antusiasme mereka terlihat dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh KPU Provinsi DKI Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, I. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI. *Ikon - Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 267–285. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2615>
- Damayanti, N., Cakra Ningsih, dan, & Moestopo, U. (2020). Digital Humas Pemerintah Dalam Menyampaikan Informasi Edukasi Pencegahan Covid-19

- Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 191–200.
<https://www.journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1121>
- Fairuz Naufal Fakhir, F., Jayanti, K., Komunikasi Media Radio dan Televisi Jakarta Jl Sentra Timur, A., & Timur, J. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Instagram Terhadap Kampanye Sosial Sebagai Upaya Mengurangi Pencemaran Plastik Pada Siswa Sma Martia Bhakti Kota Bekasi*. 15–21.
file:///C:/Users/USER/Documents/skripsi/jurnal&referensi/Pengaruh Penggunaan Media Instagram Terhadap Kampanye Sosial Sebagai Upaya Mengurangi Pencemaran Plastik Pada Siswa SMA Martia Bhakti Kota Bekasi.pdf
- Faujiah, S., Syaifudin, M., & Andriani, T. (2023). Implementasi Manajemen Strategi dalam Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(3), 641–650. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i3.1400>
- Firdausy, A. D. R. (2023). *Kontribusi self control dalam memprediksi stabilitas emosi gamer pubg mobile*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/57889/%0Ahttp://etheses.uin-malang.ac.id/57889/1/16410231.pdf>
- Hutabarat, D. T. H., Sari, S. N., Kamil, T., Ramadhan, W. S., Ambarwati, E. A., Alfathni, T. N., Fadhila, N., Septiningrum, S., Aflita, R., Ltubing, J. M. S., Hidayat, A., Setiawan, D., & Pangestu, I. (2021). Makna Demokrasi Pancasila. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business (Jhssb)*, 1(1), 59–64.
<https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i1.61>
- Komunikasi, M., Produk, P., Akun, P., & Curup, I. A. (2024). *Model komunikasi pemasaran produk pada akun instagram agnesfashion curup*.
- Levyda, L., & Akbar, M. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tepung Terigu Pada UMKM Pangan di Kota Bekasi. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2).
<https://doi.org/10.24269/asset.v5i2.5355>
- Mareta Puri Rahastine. (2021). Analisa Peranan dan Fungsi Public Relation Baitulmaal Munzalan Indonesia dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta. *EJournal Komunikasi*, 12(1), 85–90.
<https://media.neliti.com/media/publications/488086-none-23e138ac.pdf>
- Masdarul Mawahib, D., & Hariyanto, D. (2023). Strategi PT. Bluebrid Tbk dalam Menghadapi Persaingan Taksi Online Melalui Marketing Public Relations. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(7), 4966–4977.
<https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i7.12914>
- Ni Luh Putu Ening Permini, & I Made Wahyu Kusuma Atmaja. (2022). Peran Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah Di Kabupaten Badung. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(3), 620–632.
<https://doi.org/10.25157/moderat.v8i3.2773>
- Pratami, N., & Septiadi, M. A. (2021). Sosialisasi Penerapan Fungsi Humas Desa Sebagai Pengelola Informasi pada Pemerintah Desa Batu Itam. *Proceedings Uin Sunan ...*, 38(November).
- Pristiwati, A. A. (2022). *Analisis Pengukuran Kinerja Usaha Kecil Menengah dengan Metode Balanced Scorecard (Studi Kasus UKM CV. Mithlabs)*.
<https://repository-feb.unpak.ac.id/xmlui/handle/123456789/6366%0Ahttps://repository->

- feb.unpak.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6366/2022 Adelia
Ananda Pristiwati 022118090.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Purba, A. M. (2021). Whatsapp Grup Sebagai Media Komunikasi Kuliah on Line Dengan E-Learning Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 2(2), 87–100. <https://doi.org/10.53695/js.v2i2.520>
- Romadona, M. R., & Setiawan, S. (2020). Communication of Organizations in Organizations Change's Phenomenon in Research and Development Institution. *Journal Pekommas*, 5(1), 91. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050110>
- SHELEMO, A. A. (2023). No Title. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Supriani, Y. (2022). Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(2), 587–594. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i2.453>
- Thahira, A. (2023). Peningkatan Berkelanjutan: Pendekatan Analisis Tulang Ikan. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v6i1.7090>
- Wahyusari, F., Ekonomi, N., Manajemen, /, Nahdlatul, U., & Yogyakarta, U. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Toko IMAMGIFT.ART. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 302–315.