

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kajian literatur dengan tujuan untuk memastikan bahwa penulisan skripsi ini bukan merupakan hasil plagiarisme dari skripsi sebelumnya. Selain itu, dalam tinjauan pustaka, penulis juga lebih memfokuskan pada penelitian-penelitian sebelumnya dengan tujuan penelitian yang sama terkait strategi komunikasi. Peneliti mengacu pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya untuk dijadikan sebagai pedoman dan penyempurnaan kajian pustaka sehingga aspek-aspek penelitian terdahulu yang belum diteliti dapat dilanjutkan pada penelitian yang akan datang.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulum

Kajian hasil kajian terdahulu dimaksudkan sebagai acuan agar kajian ini dapat dipahami secara komprehensif dan disajikan dengan nilai unik dan berharga bagi bidang akademik, khususnya kajian media dan dunia sosial. Sehubungan dengan hal tersebut, beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dapat diuraikan sebagai berikut.

2.1.1.1 Penelitian Terdahulu dengan Objek KPU

Qorina Lois Fadilla , Erfina Nurussa 'dah "Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (Kpu) Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Kepala Daerah 2020, Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pilkada 2020 KPU Yogyakarta bertujuan membentuk strategi komunikasi. Menurut Rogers (1982) dalam bukunya Cangara, strategi komunikasi merupakan suatu rancangan yang dibuat untuk merubah perilaku masyarakat dalam lingkup besar melalui pertukaran informasi baru.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian dilakukan oleh peneliti di Kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Daerah Istimewa Yogyakarta. Penentuan informan dilakukan dengan cara purposive sampling, sebuah teknik penentuan informan dengan pertimbangan tertentu informan bersumber dari data dengan pertimbangan tertentu, contohnya individu tersebut dianggap mengetahui tentang apa yang kita harapkan sehingga akan memudahkan peneliti dalam menjelajahi objek atau situasi yang akan diteliti. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung kepada narasumber. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal dan dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Yogyakarta dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pemilihan Kepala Daerah tahun 2020 sebagai berikut:

Strategi komunikasi yang digunakan oleh KPU Yogyakarta untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pilkada 2020 dengan cara sosialisasi pendidikan pemilih. Kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka terbatas dan online meeting melalui Zoom Cloud Meeting, disisi lain KPU Yogyakarta juga memiliki program Rumah Pintar Pemilu (RPP) sebagai strategi komunikasi yang diterapkannya. RPP ini sebagai fasilitas pelajar dan mahasiswa agar memperoleh pelayanan informasi serta edukasi kepeemiluan yang dapat meningkatkan partisipasi pemilih baik secara kualitas maupun kuantitas. Agar menarik perhatian pemilih pemula, materi yang ditampilkan dikemas secara menarik dalam bentuk video, kaleidoskop, audio, dan digital game. Berdasarkan strategi komunikasi yang telah diterapkan KPU Yogyakarta, partisipasi pemilih pemula pada tahun 2020 berhasil meningkat sebanyak 7,28%. Hal ini diperoleh dari perolehan suara dari tahun 2015 sebanyak 45.4% yang meningkat menjadi 51.6%. Antusias pemilih pemula dalam memberikan suara pada Pilkada 2020 lebih tinggi dibanding Pilkada sebelumnya karena, berbagai aspek strategi komunikasi yang diterapkan oleh KPU Yogyakarta lebih disesuaikan dengan karakteristik pemilih pemula yang lebih terbuka pikirannya terhadap

teknologi sehingga pesan-pesan yang disampaikan KPU Yogyakarta melalui media internet lebih banyak dibaca oleh pemilih pemula.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas maka disarankan sebagai berikut:

1. Bagi KPU Yogyakarta disarankan agar dapat menjalankan tugas dan wewenang serta juga dapat meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada setiap penyelenggaraan pemilu. Kemudian peneliti juga menyarankan agar KPU Yogyakarta memberikan form penilaian untuk mengukur tingkat partisipasi pemilih pemula pada saat pemilihan berlangsung.
2. Bagi pemilih pemula diharapkan memiliki kesadaran secara penuh untuk selalu ikut berpartisipasi pada setiap penyelenggaraan Pemilu.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian yang serupa dengan mendapatkan data yang lebih dalam (Qorina Lois Fadilla, 2020)

2.1.1.2 Penelitian Terdahulu dalam Perspektif Strategi Komunikasi,

Anyelir Puspa Ayudia, Siti Sri Wulandari “Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya.

Adapun Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana citra Pemerintah Kota Probolinggo, menganalisis strategi komunikasi apa

yang digunakan Humas dalam meningkatkan citra positif Pemerintah Kota Probolinggo dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja Pemerintah Kota Probolinggo. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Komunikasi, Strategi Komunikasi, Humas Pemerintah, Humas, Peran Humas dan Citra Positif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Informan ada 2 orang, satu informan adalah Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Probolinggo dan 1 informan lainnya adalah staf Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Probolinggo. Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan observasi langsung ke lapangan sebagai data primer dan sumber kepustakaan sebagai data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari 3 prosedur yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa citra Pemerintah Kota Probolinggo di mata masyarakat dinilai baik. Strategi komunikasi yang digunakan seperti menjaga pola komunikasi, merencanakan dan menyusun tugas sebagai humas Pemerintah Kota Probolinggo, serta menjaga keterbukaan dan informasi yang diberikan kepada publik dapat mempengaruhi citra Pemerintah Kota Probolinggo. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi citra positif Pemerintah Kota Probolinggo adalah dengan meningkatkan sistem pelayanan, menjaga komunikasi dan kerjasama yang baik antar anggota Pemerintah Kota Probolinggo atau dengan masyarakat serta keterbukaan informasi kepada masyarakat.

Dalam penelitian ini objek penelitian yang peneliti gunakan yaitu :
1) Citra Pemerintah Kota Probolinggo selama ini. 2) Strategi komunikasi Humas Pemerintah Kota Probolinggo dalam meningkatkan citra positif. 3) Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam mempertahankan citra Pemerintah Kota Probolinggo.

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan di penelitian ini adalah menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi atau biasa disebut Triangulasi data: 1) Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan - pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. 2) Observasi yaitu data-data yang didapat melalui pengamatan langsung lapangan. Hal ini dilakukan guna mengetahui keadaan tempat, subjek serta objek penelitian. Dalam hal observasi ini, penelitian mengamati langsung kegiatan yang berkaitan dengan tema penelitian yaitu strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra. Adapun yang peneliti ingin observasi dalam penelitian ialah Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Kota Probolinggo. Bagaimana Humasnya membuat citra positif dan menciptakan kepercayaan kepada masyarakat Kota Probolinggo agar percaya pada pekerjaan Pemerintah Kota Probolinggo.

Berdasarkan hasil penelitian yang selama ini dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Kota Probolinggo, adapun kesimpulan yang dapat ditarik oleh

peneliti diantaranya 1) Strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika dalam meningkatkan citra positif Pemerintah Kota Probolinggo diantaranya seperti menjaga interaksi dan komunikasi sesama anggota, komunikasi organisasi dengan bagian lain dalam Pemerintah Kota Probolinggo, melakukan interaksi dan komunikasi dengan masyarakat Kota Probolinggo. Melakukan hubungan baik dengan media masa sebagai penyalur informasi kepada masyarakat. Memanfaatkan teknologi informasi seperti website dan media sosial agar semakin dekat dengan masyarakat. Melakukan framing dan Agenda Setting dalam membuat berita namun tetap menjaga keaslian dari informasi yang akan disampaikan. Strategi-strategi tersebut digunakan Dinas Komunikasi untuk meningkatkan citra positif Pemerintah Kota Probolinggo. 2) Faktor -faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan citra positif Pemerintah Kota Probolinggo yaitu dengan peningkatan sistem pelayanan yang diberikan, menjaga komunikasi dan kerjasama yang baik sesama anggota Pemerintah Kota Probolinggo ataupun dengan masyarakat, serta adanya keterbukaan informasi antara Pemerintah Kota Probolinggo dengan masyarakat menjadi faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan citra positif Pemerintah Kota Probolinggo. (Anyelir Puspa Ayudia, 2021)

2.1.1.3 Penelitian Terdahulu Berkaitan dengan Partisipasi Pemilu

Paul Adryani Moento, Fitriani, Albertus Yosep Maturan. "Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilihan Umum, Jurusan Ilmu Administrasi Negara- Fisip-Unmus

Tujuan Penelitian ini untuk mengkaji strategi Komisi Pemilihan Umum dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Dalam jumlah pemilih yang datang untuk memilih tidak semua terdaftar dalam daftar pemilih tetap. Dalam hal ini koordinasi berjalan baik antara pihak Komisi pemilihan Umum Darah Merauke dengan pihak Dinas kependudukan dan catatan sipil Kabupaten Merauke. Seyogianya koordinasi membutuhkan sebuah keharusan setiap elemen yang ada dalam suatu Lembaga agar saling memahami tentang pelaksanaan tugas antara anggota satu dengan anggota lainnya sehingga Lembaga tersebut tidak bekerja sendiri. Oleh karena itu, kesatuan tugas merupakan dasar dari sebuah koordinasi. Kemudian kesatuan perbuatan dengan mengandalkan seorang pimpinan untuk melakukan pengaturan yang baik terhadap aktifitas individu, agar tercipta suatu keserasian dalam mencapai keberhasilan. Kesatuan tindakan tersebut merupakan keharusan dari seorang pimpinan untuk mendapatkan suatu koordinasi yang sempurna dengan melakukan pengaturan waktu agar apa yang direncanakan dapat memperoleh hasil yang memuaskan, Rinaldi (2014).

Tingkat partisipasi masyarakat Distrik Merauke pada proses pemilihan umum semakin menurun. Hal tersebut ditandai masih adanya masyarakat yang tidak ikut serta dalam proses pencoblosan di Tempat pemungutan suara. Yang perlu mendapat penelitian dalam riset ini ialah strategi Komisi pemilihan umum Daerah Merauke dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum. Komisi pemilihan umum Daerah Merauke tentu saja tidak bekerja sendiri dalam melaksanakan strategi tersebut tetapi didukung oleh beberapa elemen penting yaitu, Tokoh Masyarakat, Media, dan Partai Politik. Ketiga elemen di atas harus bekerja maksimal agar pola partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum selanjutnya dapat meningkat.

Hasil penelitian lapangan menyebutkan bahwa komisi pemilihan umum daerah Merauke selalu berkoordinasi dengan pihak peserta pemilihan umum yaitu partai politik, agar melakukan pendekatan kepada masyarakat mengenai hal-hal teknis dalam pemilihan umum. Komisi pemilihan umum daerah Merauke juga memberikan himbauan kepada partai politik peserta pemilu agar melakukan pendekatan kepada masyarakat sesuai dengan koridor demi terciptanya partisipasi politik masyarakat. Proses komunikasi sebagai kegiatan edukasi yang perlu dilakukan agar kemampuan masyarakat dalam segala hal meningkat, sehingga masyarakat mampu mengatasi masalahnya sendiri setiap saat. Untuk mendukung proses komunikasi, berbagai media komunikasi (modern-tradisional; massa-individu-kelompok) perlu dimanfaatkan dengan kreatif, Hubertus Oja dan

Hesty Tambajong (2018). Untuk meningkatkan nilai keefektifan dalam komunikasi politik tidak hanya dilakukan hanya pada organisasi formal akan tetapi dilakukan pada organisasi informal bahkan komunikasi dapat dilakukan sampai kepada masyarakat yang ada di desa/kampung.

Tabel 2.1

Matriks Penelitian Terdahulu dalam Pendekatan Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Kepala Daerah 2020

No	Item	Peneliti 1
1	Nama, Tahun, Judul, kota, dan Nama kota	Qorina Lois Fadilla, Erfina Nurussa'adah, 2020, Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (Kpu) Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Kepala Daerah 2020, Yogyakarta
2	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan KPU Yogyakarta dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pilkada 2020
3	Pendekatan Penelitian	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data
4	Teori	teori strategi komunikasi milik Harold Lasswell yang terdiri dari komunikator, pesan, media, komunikan.
5	Hasil	hasil penerapan strategi komunikasi KPU Yogyakarta berhasil meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pilkada 2020 sebanyak 7,28% dibanding Pilkada sebelumnya yang hanya 5,95% dalam bentuk sosialisasi pendidikan pemilih dengan mengoptimalkan beberapa pertemuan secara virtual, tatap muka terbatas dan penggunaan teknologi sosial media

6	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaan dari penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu dari subjek penelitian penelitian terdahulu berfokus kepada pemilih pemula sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu berfokus kepada partisipasi secara global. Sedangkan persamaannya dari segi objek penelitian yaitu Komisi Pemilihan Umum
7	Kritik	

Tabel 2.2

Matriks Penelitian Terdahulu dalam Pendekatan Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo

No	Item	Peneliti 1
1	Nama, Tahun, Judul, kota, dan Nama kota	Anyelir Puspa Ayudia, Siti Sri Wulandari, 2021 , Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo, Probolinggo
2	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana citra Pemerintah Kota Probolinggo, menganalisis strategi komunikasi apa yang digunakan Humas dalam meningkatkan citra positif Pemerintah Kota Probolinggo dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja Pemerintah Kota Probolinggo
3	Pendekatan Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif , Informan ada 2 orang, satu informan adalah Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Probolinggo dan 1 informan lainnya adalah staf Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Probolinggo
4	Teori	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Strategi Komunikasi
5	Hasil	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa citra Pemerintah Kota Probolinggo di mata masyarakat dinilai baik. Strategi komunikasi yang digunakan seperti menjaga pola komunikasi, merencanakan dan menyusun tugas sebagai humas Pemerintah Kota Probolinggo, serta menjaga keterbukaan dan informasi yang diberikan kepada publik dapat mempengaruhi citra Pemerintah Kota Probolinggo. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang

		mempengaruhi citra positif Pemerintah Kota Probolinggo adalah dengan meningkatkan sistem pelayanan, menjaga komunikasi dan kerjasama yang baik antar anggota Pemerintah Kota Probolinggo atau dengan masyarakat serta keterbukaan informasi kepada masyarakat
6	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaan yang terdapat dalam penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek dan permasalahan yang diteliti
7	Kritik	

Tabel 2.3

Matriks Penelitian Terdahulu dalam Pendekatan Kualitatif Tentang Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilihan Umum

No	Item	Peneliti 1
1	Nama, Tahun, Judul, kota, dan Nama kota	Paul Adryani Moento, Fitriani, Albertus Yosep Maturan, 2019, Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilihan Umum, Merauke
2	Tujuan Penelitian	Tujuan Penelitian ini untuk mengkaji strategi Komisi Pemilihan Umum dalam meningkatkan partisipasi masyarakat
3	Pendekatan Penelitian	Metode yang di gunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif dengan memakai Teknik mengumpulkan sebuah data melalui pengatan serta proses wawancara
4	Teori	
5	Hasil	Hasil penelitian menunjukan bahwa proses sosialisasi politik, Komisi pemilihan umum daerah Merauke selaku institusi yang berwenang melibatkan pihak media dan tokoh masyarakat yang di anggap layak dengan memberikan serta menyampaikan sosialisasi materi tata cara memilih kepada pemilih pemula di kalangan pelajar dan mahasiswa se kabupaten Merauke. Kemudian, Komisi pemilihan umum daerah merauke melakukan komunikasi politik dengan melaui koordinasi dengan organisasi partai politik yang ada di kabupaten merauke. Koordinasi tersebut berupa himbauan Komisi pemilihan umum daerah merauke

		agar pertain politik memberikan pencerahan kepada masyarakat tentang proses pemilihan umum. Selanjutnya, Komisi Pemilihan Umum Daerah Merauke melakukan kegiatan penetapan daftar pemilih tetap, kegiatan ini bekerja sama dengan Dinas kependudukan dan catatan sipil kabupaten Merauke dalam hal verifikasi data pemilih.
6	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaan yang terdapat dalam penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah teori yang digunakan. Sedangkan persamaannya yaitu objek yang berkaitan dengan partisipasi pemilih
7	Kritik	

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti perlu menyusun suatu kerangka teori. Kerangka teori merupakan landasan berpikir untuk menggambarkan dari sudut peneliti untuk menyoroti masalah yang akan diteliti. Dengan adanya kerangka teori akan mempermudah peneliti dalam menganalisa masalah penelitian.

2.2.1.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Istilah kata komunikasi atau dalam bahasa inggris communication ini berasal dari kata latin yaitu communicatio, dan juga bersumber dari kata communis yang memiliki arti sama. Sama yang dimaksud dalam hal ini adalah sama makna. Dalam artian sama bahasa yang digunakan dalam suatu percakapan belum tentu memiliki kesamaan makna. Dengan kata lain, mengerti bahasa belum tentu mengerti makna pada bahasa tersebut. (effendy, 2017)

Komunikasi merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena manusia tidak bisa lepas dari yang namanya berkomunikasi, mulai dari bangun tidur hingga terlelap tidur lagi pun pasti manusia melakukan kegiatan berkomunikasi tanpa kita sadari. Selain itu komunikasi juga tak lepas dari yang namanya bentuk komunikasi, dimana penyampaian pesan yang terjadi pada kegiatan komunikasi ini tidak hanya

secara verbal saja melainkan diikuti dengan non-verbal seperti melakukan ekspresi pada wajah, lukisan, maupun pada teknologi. (Cangara, Pengantar ilmu Komunikasi, 2014)

2.2.1.2 Tinjauan Public Relations

Public Relations merupakan salah satu seni dalam membangun pengertian terhadap publik menjadi lebih baik, sehingga terbentuknya kepercayaan dari publik terhadap suatu individu maupun dalam organisasi (Mukarom, 2015)

Dalam ruang lingkup organisasi, Public Relations menjadi bagian terpenting dalam menggerakkan suatu organisasi agar dapat berjalan dengan baik. Terlebih jika organisasi tersebut terbentuk ikatan dengan masyarakat, Public Relations yang bertugas membentuk serta menjalin hubungan dengan baik terhadap masyarakat itu, agar terciptanya lingkungan kinerja serta hubungan yang positif. Public Relations memiliki arti penting sebagai fungsi manajemen yang dapat memelihara serta membantu agar terciptanya alur komunikasi, pengertian, dukungan, dan kerja sama suatu lembaga atau organisasi dengan publiknya. Aktivitas Public Relations dalam sehari-hari yakni melakukan komunikasi timbal balik, antara lembaga dengan pihak luar atau publik yang bertujuan menciptakan saling pengertian dan juga dukungan atas tercapainya tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi, demi kemajuan lembaga atau organisasi dan menciptakan citra positif di lingkungan masyarakat luas. Public Relations memberi masukan serta

nasihat terhadap suatu lembaga bagi kebijakan manajemen yang berhubungan dengan opini atau isu yang sedang berkembang dilingkungan masyarakat itu (Soemirat, 2010)

Dalam suatu lembaga atau organisasi, Public Relations memiliki beberapa fungsi yang diantaranya sebagai berikut (Onong Uchjana Efenddy, 2006)

1. Menunjang suatu kegiatan manajemen dalam rangka mencapai tujuan organisasi.
2. Menjalin hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, baik dengan publik eksternal maupun publik internal.
3. Menciptakan dan membentuk komunikasi dua arah secara timbal balik dengan cara menyebarluaskan informasi dari organisasi kepada publik serta menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik serta menasehati pimpinan lembaga organisasi atau perusahaan demi kepentingan umum.

Adapun relevansi fenomena terkait dengan Public Relations, seorang Public Relations dari lembaga atau instansi harus mengetahui dan memahami lebih dalam tentang berbagai fenomena serta suatu isu dan juga opini yang sedang terjadi pada masyarakat sekitar, begitupun dapat memberikan masukan beserta nasihat kepada lembaga instansi sendiri

ataupun pemerintah agar menjadi lebih baik lagi dalam menjalankan suatu tugas yang jadi kerjanya.

2.2.1.3 Tinjauan Teori Strategi Komunikasi

Banyak teori yang sudah di ketengahkan oleh para ahli, tetapi untuk strategi komunikasi yang memadai untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell (Effendy, 2004:29). Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “Who says what in which channel to whom with what effect”.

Formulasi dari Lasswell tersebut cukup simpel diterapkan ke dalam kegiatan komunikasi, baik untuk tujuan penelitian ilmiah maupun praktikal komunikasi, khususnya dipergunakan oleh sebuah organisasi atau struktur dalam pembahasan kegiatan proses komunikasinya (Ruslan, 2013:99).

Untuk menetapkan strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumusan Lasswell tersebut.

- Who? (Siapakah komunikatornya?)
- Says what? (Pesan apa yang dinyatakannya?)
- In Which Channel? (Media apa yang digunakannya?)

- To Whom? (Siapa Komunikannya?)
- With What Effect? (Efek apa yang diharapkannya?)

Rumus Lasswell ini tampaknya sederhana saja. Tapi jika kita kaji lebih jauh, pertanyaan “Efek apa yang diharapkan”. Secara implisit mengandung pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama. Petanyaan tersebut ialah :

- Who (Kapan dilaksanakannya?)
- How (Bagaimana melaksanakannya?)
- Why (Mengapa dilaksanakan demikian?)

Bila dilihat lebih lanjut, maksud dari model Lasswell ini akan kelihatan bahwa yang dimaksud dengan pertanyaan who tersebut merujuk kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Yang memulai komunikasi ini dapat berupa seseorang dan dapat juga berupa kelompok orang seperti organisasi suatu perusahaan. Pertanyaan kedua adalah says what atau apa yang dikatakan. Pertanyaan ini adalah berhubungan dengan isi komunikasi atau apa pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Pertanyaan ketiga adalah in which channel atau melalui media apa. Yang dimaksudkan dengan media adalah alat komunikasi, seperti berbicara, gerakan tubuh, kontak mata, sentuhan, radio, televisi, surat, buku

gambar, dan sebagainya. Yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah tidak semua media cocok untuk maksud tertentu.

Pertanyaan keempat adalah to whom. Pertanyaan ini maksudnya menanyakan siapa yang menjadi audiens atau penerima komunikasi.

Pertanyaan terakhir dari model Lasswell ini adalah what effect atau apa efeknya dari komunikasi tersebut. Pertanyaan mengenai efek komunikasi ini dapat menanyakan dua hal, yaitu apa yang ingin dicapai dengan hasil komunikasi tersebut dan kedua, apa yang dilakukan orang sebagai hasil dari komunikasi. Akan tetapi perlu diingat, bahwa kadang-kadang tingkah laku seseorang tidak hanya disebabkan oleh faktor hasil komunikasi tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain (Komala, 2009:103).

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Pemilih Pemula

A. Pengertian Pemilih Pemula

Pemilih Pemula adalah Warga Indonesia yang pada hari pemilihan atau pemungutan suara adalah Warga Negara Indonesia yang sudah genap berusia 17 tahun dan atau lebih atau sudah atau pernah kawin yang mempunyai hak pilih, dan sebelumnya belum termasuk pemilih karena ketentuan Undang-Undang Pemilu. Sedangkan menurut UU Pilpres tahun 2008 yang dimaksud dengan pemilih pemula adalah mereka yang telah

berusia 17-21 tahun, telah memiliki hak suara dan tercatat dalam daftar pemilih tetap (DPT) serta pertama kali mengikuti pemilihan umum, baik pemilihan legislatif maupun pemilihan presiden. Pengenalan proses pemilu sangat penting untuk dilakukan kepada pemilih pemula terutama mereka yang baru berusia 17 tahun. KPU dibantu dengan pihak terkait lainnya harus mampu memberikan kesan awal yang baik tentang pentingnya suara mereka dalam pemilu, bahwa suara mereka dapat menentukan pemerintahan selanjutnya dan meningkatkan kesejahteraan hidup bangsa. Pemahaman yang baik itu diharapkan dapat menjadi motivasi untuk terus menjadi pemilih yang cerdas.

B. Karakteristik Pemilih Pemula

Pemilih pemula memiliki karakter yang berbeda dengan pemilih yang sudah pernah terlibat dalam pemilu periode sebelumnya, yaitu :

1. Belum pernah memilih atau melakukan penentuan suara di dalam TPS.
2. Belum memiliki pengalaman memilih.
3. Memiliki antusias yang tinggi.
4. Kurang Rasional.
5. Biasanya adalah pemilih muda yang masih penuh gejolak dan semangat, dan apabila tidak dikendalikan akan memiliki efek terhadap konflik konflik sosial di dalam pemilu.

6. Menjadi sasaran peserta pemilu karena jumlahnya yang cukup besar.

7. Memiliki rasa ingin tahu, mencoba, dan berpartisipasi dalam pemilu,

meskipun kadang dengan berbagai latar belakang yang rasional dan semu. Pemilih pemula sebagai target untuk dipengaruhi karena dianggap belum memiliki pengalaman voting pada pemilu sebelumnya, jadi masih berada pada sikap dan pilhan politik yang belum jelas. Pemilih pemula yang baru memasuki usia hak pilih biasanya juga belum memiliki jangkauan politik yang luas untuk menentukan kemana mereka harus memilih. Sehingga, terkadang apa yang mereka pilih tidak sesuai dengan yang diharapkan. Faktor yang sangat penting adalah bagaimana pemilih pemula tak menjatuhkan pilihan politiknya karena faktor popularitas belaka. Kecenderungan pemilih pemula akan menaruh simpati kepada kandidat atau caleg dari kalangan selebriti dibandingkan dengan kandidat/caleg non selebriti. Oleh karena itu, segenap komponen atau orang yang memiliki otoritas wajib meliterasi (politik) pemilih pemula supaya menjadi pemilih yang kritis dan rasional (critical and rational voters). Artinya dalam menjatuhkan pilihannya bukan karena faktor popularitas, kesamaan etnis dan kedekatan emosional, namun karena faktor rekam jejak, visi misi, kredibilitas dan pengalaman birokrasi. Upaya tersebut adalah bagian dari political empowerment bagi warga negara terutama perilaku pemilih pemula dan karena melihat potensi suara pemilih pemula yang signifikan

2.2.3 Bagan Kerangka pemikiran

