

EFEKTIVITAS PROGRAM SOSIALISASI KPU KOTA SEMARANG DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH PADA PEMILIHAN WALIKOTA DAN WAKIL WALIKOTA SEMARANG TAHUN 2024

Didin Riswanto¹, Agus Riyanto² dan Anna Yulia Hartati³

Universitas Wahid Hasyim, Semarang

Email: didin.berita@gmail.com¹, mr.gusryanto@gmail.com², annayulia@unwahas.ac.id³

RIWAYAT ARTIKEL

Received : 2026-07-22

Revised : 2026-07-28

Accepted : 2026-07-31

KEYWORDS

Effectiveness, KPU Socialization,
Voter Participation

KATA KUNCI

Efektivitas, Sosialisasi
KPU, Partisipasi
Pemilih

ABSTRACT

Voter participation is a key indicator of democratic quality; however, voter turnout in the 2024 Semarang Mayoral Election did not meet the target set by the Semarang City General Election Commission (KPU). This study aims to analyze the effectiveness of the KPU's voter socialization program in increasing voter participation and to identify the factors influencing its effectiveness. The study employed a qualitative method with a phenomenological approach. Data were collected through interviews, observations, documentation, and literature review, and analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing, with validation through triangulation and member checking. The findings indicate that the planned, multi-channel, collaborative, and inclusive socialization program improved voters' knowledge, awareness, and participation. Voter turnout increased from 68.62% in 2020 to 71.41% in 2024, although it remained below the 77% target. The study concludes that the KPU's socialization program was reasonably effective but should be strengthened through more adaptive, data-driven, sustainable, and targeted strategies focusing on groups and areas with low voter participation.

ABSTRAK

Partisipasi pemilih merupakan indikator penting kualitas demokrasi, namun tingkat partisipasi pada Pilkada Kota Semarang Tahun 2024 masih belum mencapai target KPU. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas program sosialisasi KPU Kota Semarang dalam meningkatkan partisipasi pemilih serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka,

kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan validasi triangulasi dan *member checking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilaksanakan secara terencana, multialuran, kolaboratif, dan inklusif mampu meningkatkan pengetahuan, kesadaran, serta partisipasi pemilih. Tingkat partisipasi meningkat dari 68,62% pada tahun 2020 menjadi 71,41% pada tahun 2024, meskipun belum mencapai target 77%. Penelitian menyimpulkan bahwa program sosialisasi KPU cukup efektif, tetapi perlu diperkuat melalui strategi yang lebih adaptif, berbasis data, berkelanjutan, dan berfokus pada kelompok serta wilayah dengan partisipasi rendah.

1. Pendahuluan

Pilkada Serentak Tahun 2024 merupakan salah satu agenda demokrasi terbesar di Indonesia yang melibatkan 37 provinsi dan 508 kabupaten/kota. Salah satu indikator keberhasilan penyelenggaraannya adalah tingkat partisipasi pemilih. Meskipun tingkat partisipasi pemilih di Kota Semarang mengalami peningkatan dibandingkan Pilkada 2020, angka partisipasi sebesar 71,41% masih berada di bawah target KPU Kota Semarang sebesar 77%. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan partisipasi pemilih masih menjadi tantangan yang memerlukan evaluasi terhadap efektivitas program sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kota Semarang.

Partisipasi politik menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kualitas demokrasi. Partisipasi menunjukkan tingkat keterlibatan warga negara dalam proses politik dan pengambilan keputusan publik. Partisipasi yang tinggi dapat memperkuat legitimasi pemerintahan dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi demokrasi. Sebaliknya, rendahnya partisipasi dapat mencerminkan apatisme politik, lemahnya kepercayaan terhadap lembaga negara, dan menurunnya representasi kepentingan warga. Partisipasi politik tidak hanya berbentuk penggunaan hak pilih, tetapi juga mencerminkan kesadaran dan keterikatan warga terhadap sistem politik (Putnam, 2000;).

Pentingnya partisipasi masyarakat terlihat dalam pelaksanaan Pilkada Serentak Tahun 2024. Pemilihan tersebut diselenggarakan secara simultan di 37 provinsi dan 508 kabupaten/kota. Skala pelaksanaan

yang luas menjadikan Pilkada Serentak sebagai sarana untuk menguji kemampuan negara dalam menjaga kualitas demokrasi elektoral di tingkat lokal. Keberhasilan Pilkada tidak hanya dinilai berdasarkan kelancaran teknis penyelenggaraan, tetapi juga berdasarkan tingkat partisipasi pemilih dan penerimaan masyarakat terhadap hasil pemilihan. Oleh karena itu, efektivitas sosialisasi pemilihan menjadi faktor penting dalam meningkatkan keterlibatan politik masyarakat (KPU RI, 2021; Norris, 2011).

Provinsi Jawa Tengah menjadi salah satu wilayah strategis dalam pelaksanaan Pilkada Serentak karena terdiri atas 35 kabupaten/kota dengan jumlah pemilih yang besar. Tingkat partisipasi pemilih pada Pilkada Jawa Tengah meningkat dari sekitar 68,54 persen pada 2015 menjadi 74,34 persen pada 2020. Meskipun mengalami peningkatan, lebih dari seperempat pemilih masih belum menggunakan hak pilihnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan partisipasi politik tetap menjadi tantangan penting dalam pelaksanaan demokrasi di tingkat regional.

Permasalahan tersebut dapat diamati secara lebih khusus di Kota Semarang. Sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah, Kota Semarang memiliki masyarakat yang heterogen, mobilitas sosial tinggi, serta pola konsumsi informasi politik yang semakin dipengaruhi media digital. Pada Pilkada Kota Semarang Tahun 2020, tingkat partisipasi pemilih mencapai 68,62 persen. Sebanyak 805.524 pemilih menggunakan hak pilih dari total 1.174.068 pemilih yang tercatat dalam Daftar Pemilih Tetap. Angka

tersebut meningkat dibandingkan Pilkada Tahun 2015 yang mencatat partisipasi sekitar 65,48 persen. Namun, masih terdapat sekitar 31,38 persen pemilih yang tidak menggunakan hak pilihnya. Data ini menunjukkan bahwa peningkatan partisipasi belum sepenuhnya mengatasi persoalan ketidakhadiran pemilih.

Penelitian ini memiliki kebaruan karena mengevaluasi efektivitas program sosialisasi KPU tidak hanya berdasarkan capaian partisipasi pemilih, tetapi juga berdasarkan pengalaman informan mengenai perubahan pengetahuan, kesadaran, dan perilaku memilih melalui pendekatan fenomenologi.

Karakteristik masyarakat perkotaan menciptakan tantangan tersendiri dalam peningkatan partisipasi politik. Pemilih perkotaan umumnya memiliki akses informasi yang luas dan sikap yang lebih kritis terhadap institusi serta elite politik. Namun, mereka juga berpotensi mengalami kejenuhan politik, individualisme, ketidakpercayaan, dan apatisme terhadap proses pemilihan (Dalton, 2004). Fragmentasi media dan besarnya arus informasi juga dapat mengurangi perhatian masyarakat terhadap pesan politik yang disampaikan lembaga penyelenggara pemilihan (Bennett & Iyengar, 2008). Pada saat yang sama, tingginya akses terhadap media digital dapat menjadi peluang untuk mengembangkan strategi sosialisasi yang lebih inovatif, adaptif, dan sesuai dengan pola komunikasi masyarakat urban (Chadwick, 2013).

Dalam menghadapi tantangan tersebut, Komisi Pemilihan Umum memiliki peran strategis dalam membangun kesadaran dan meningkatkan partisipasi pemilih. KPU tidak hanya menjalankan fungsi teknis penyelenggaraan pemilihan, tetapi juga melaksanakan sosialisasi sebagai bentuk komunikasi politik antara negara dan warga. Sosialisasi bertujuan meningkatkan pengetahuan, membentuk sikap politik, menjelaskan prosedur pemilihan, dan mendorong masyarakat menggunakan hak pilihnya. Pesan sosialisasi juga dapat memperkuat legitimasi demokrasi dan kepercayaan masyarakat terhadap proses elektoral (McNair, 2017).

Efektivitas sosialisasi tidak cukup diukur berdasarkan jumlah kegiatan atau banyaknya materi yang disebar. Efektivitas perlu dilihat berdasarkan perubahan pengetahuan, kesadaran, kemauan, dan perilaku memilih masyarakat. Penilaiannya dapat mencakup intensitas kegiatan, luas jangkauan kelompok sasaran, keberagaman media, kejelasan materi, ketepatan informasi, kesesuaian metode, dan kemampuan KPU menjangkau berbagai kelompok pemilih. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sosialisasi politik dapat memengaruhi kesadaran dan partisipasi pemilih pemula. Penggunaan materi, media, dan pola penyampaian yang sesuai juga dapat mendorong keterlibatan masyarakat dalam pemilihan kepala daerah (Ginting et al., 2022; Herman et al., 2021).

Berbagai penelitian sebelumnya umumnya mengevaluasi efektivitas sosialisasi berdasarkan jumlah kegiatan, jumlah peserta, atau tingkat partisipasi pemilih. Namun, penelitian tersebut masih terbatas dalam menjelaskan bagaimana program sosialisasi memengaruhi perubahan pengetahuan, kesadaran, dan perilaku memilih masyarakat berdasarkan pengalaman para pemilih. Selain itu, kajian mengenai efektivitas program sosialisasi KPU Kota Semarang pada Pilkada Tahun 2024 dengan pendekatan fenomenologi masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut.

Strategi sosialisasi KPU Kota Semarang mengalami perkembangan dari periode 2015–2020 menuju periode 2020–2025. Pada periode awal, sosialisasi masih dilakukan secara umum melalui pertemuan tatap muka, kegiatan di ruang publik, kerja sama dengan sekolah dan organisasi masyarakat, serta pemanfaatan media cetak, elektronik, dan media sosial. Pada Pilkada 2020, KPU juga menyesuaikan materi sosialisasi dengan kondisi pandemi, khususnya mengenai prosedur pemungutan suara yang aman. Strategi tersebut berjalan bersamaan dengan peningkatan partisipasi dari 65,48 persen pada 2015 menjadi 68,62 persen pada 2020. Namun, peningkatan tersebut belum dapat digunakan sebagai satu-satunya indikator keberhasilan karena strategi

yang diterapkan belum sepenuhnya diarahkan kepada kelompok dan wilayah dengan tingkat partisipasi rendah.

Pada periode 2020–2025, strategi sosialisasi mulai berkembang menjadi lebih terarah dan berbasis evaluasi. KPU Kota Semarang meningkatkan sosialisasi di wilayah dengan tingkat partisipasi rendah, memperkuat peran Panitia Pemilihan Kecamatan dan Panitia Pemungutan Suara, serta memperluas kerja sama dengan perguruan tinggi, komunitas, organisasi masyarakat, dan kelompok pemilih. Perhatian khusus juga diberikan kepada pemilih pemula dan penyandang disabilitas. Perubahan strategi tersebut diikuti peningkatan partisipasi pemilih pada Pilwakot Semarang Tahun 2024 menjadi sekitar 71,25 persen. Meskipun demikian, kontribusi langsung sosialisasi terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan hak pilih masih perlu dianalisis secara empiris.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas sosialisasi KPU Kota Semarang dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Semarang Tahun 2024 serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas pelaksanaan sosialisasi tersebut.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif lapangan dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami efektivitas sosialisasi KPU Kota Semarang dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pilwalkot Semarang Tahun 2024 (Creswell & Poth, 2018). Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak KPU dan masyarakat pemilih, sedangkan data sekunder berasal dari laporan, buku, jurnal, dan artikel yang relevan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian diuji melalui triangulasi sumber, triangulasi metode, dan member checking (Moleong, 2022). Analisis data dilakukan melalui pengumpulan, reduksi, penyajian, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Sugiyono, 2022).

3. Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1. Peran Sosialisasi yang Dilakukan oleh KPU Kota Semarang dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang Tahun 2024

Sosialisasi KPU Kota Semarang pada Pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Semarang Tahun 2024 dilaksanakan secara terencana, berjenjang, kolaboratif, segmentatif, dan inklusif dengan melibatkan KPU, sekretariat, PPK, PPS, serta berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, organisasi masyarakat, media, tokoh masyarakat, komunitas, dan lembaga swadaya masyarakat. Program sosialisasi disusun berdasarkan tahapan Pilkada, data pemilih, tingkat partisipasi pemilu sebelumnya, dan karakteristik masyarakat. Materi yang disampaikan meliputi tahapan pemilihan, daftar pemilih, pasangan calon, lokasi TPS, tata cara pencoblosan, ketentuan suara sah, penolakan politik uang, dan pencegahan hoaks. Penyampaian informasi dilakukan melalui ceramah, diskusi, simulasi, pendidikan pemilih, pertemuan masyarakat, serta media cetak, elektronik, luar ruang, dan digital, termasuk website, media sosial, WhatsApp, infografis, siaran langsung, dan Podcast Lumpia.

Strategi sosialisasi disesuaikan dengan karakteristik kelompok sasaran. Pemilih pemula dijangkau melalui program *KPU Goes to School*, *KPU Goes to Pesantren*, dan *KPU Goes to Campus*; pemilih perempuan melalui PPK, Fatayat NU, Aisyiyah, pengajian, dan pertemuan warga; kelompok pekerja melalui lingkungan kerja dan media digital; lanjut usia melalui penyuluhan langsung; serta penyandang disabilitas melalui kerja sama dengan Pertuni Kota Semarang dan Komunitas Sahabat Mata. Pendekatan segmentatif tersebut meningkatkan akses informasi, pemahaman prosedur pemungutan suara, dan kesadaran pentingnya

menggunakan hak pilih, sehingga berkontribusi dalam mengurangi potensi suara tidak sah.

Pada Pilwakot Semarang Tahun 2024, sebanyak 903.477 dari 1.265.192 pemilih menggunakan hak pilihnya, sehingga tingkat partisipasi mencapai 71,41%, terdiri atas 420.087 pemilih laki-laki dan 483.390 pemilih perempuan. Dari 4.453 pemilih penyandang disabilitas yang terdaftar, sebanyak 1.790 orang menggunakan hak pilih. Capaian tersebut meningkat sebesar 2,79 poin persentase dibandingkan Pilwakot Tahun 2020 (68,62%), meskipun masih berada di bawah target KPU Kota Semarang yang ditetapkan di atas 77%.

Secara keseluruhan, sosialisasi KPU Kota Semarang berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan, kesadaran, dan partisipasi pemilih. Namun, tingkat partisipasi tidak hanya dipengaruhi oleh sosialisasi, melainkan juga oleh tingkat kompetisi pasangan calon, akses menuju TPS, kondisi sosial masyarakat, ketersediaan informasi, dan pengalaman politik pemilih. Oleh karena itu, strategi sosialisasi perlu terus diperkuat, terutama pada wilayah dengan partisipasi rendah, kelompok marginal, dan penyandang disabilitas.

2. Faktor-faktor yang Memengaruhi Tingkat Efektivitas Sosialisasi KPU Kota Semarang dalam Mendorong Partisipasi Pemilih pada Pilkada 2024

Efektivitas sosialisasi KPU Kota Semarang pada Pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Semarang Tahun 2024 dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi penggunaan media komunikasi yang beragam, dukungan anggaran, ketersediaan sumber daya manusia, kualitas materi, kompetensi petugas, koordinasi kelembagaan, dan kerja sama dengan berbagai pihak. Sementara itu, faktor eksternal mencakup karakteristik pemilih, mobilitas masyarakat, akses informasi, kesibukan kerja, sikap apatis, motivasi politik, kepercayaan terhadap proses pemilihan, hambatan

administratif, akses menuju TPS, serta pemahaman tata cara pencoblosan.

KPU memanfaatkan kombinasi media tatap muka, media cetak, elektronik, media luar ruang, dan media digital untuk menjangkau berbagai segmen pemilih. Pendekatan ini memperluas jangkauan informasi, meskipun efektivitasnya tetap bergantung pada ketepatan sasaran, kejelasan materi, serta kemampuan petugas dalam menyampaikan pesan kepemiluan. Pelaksanaan sosialisasi didukung oleh KPU, sekretariat, PPK, dan PPS melalui koordinasi berjenjang, serta kerja sama dengan pemerintah daerah, lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, tokoh agama, media, dan komunitas penyandang disabilitas. Namun, keterbatasan waktu, jumlah petugas, dan padatnya tahapan Pilkada menyebabkan intensitas sosialisasi belum merata.

Karakteristik pemilih yang beragam menuntut strategi komunikasi yang berbeda. Pemilih muda lebih responsif terhadap media digital, sedangkan lanjut usia dan penyandang disabilitas membutuhkan pendekatan langsung dan media yang lebih aksesibel. Selain itu, mobilitas masyarakat, kesibukan kerja, rendahnya motivasi politik, dan sikap apatis masih menjadi kendala yang menghambat partisipasi meskipun informasi telah tersedia. Hambatan administratif, seperti status dalam daftar pemilih, perubahan domisili, dan akses menuju TPS, juga memengaruhi penggunaan hak pilih, terutama bagi kelompok rentan.

Sosialisasi melalui simulasi pencoblosan, infografis, video tutorial, dan contoh surat suara membantu meningkatkan pemahaman pemilih serta mengurangi potensi suara tidak sah. Meski demikian, kesalahan pencoblosan masih terjadi akibat kurangnya pemahaman teknis maupun faktor sikap politik sebagian pemilih.

Evaluasi menunjukkan bahwa partisipasi pemilih pada Pilwakot Semarang Tahun 2024 mencapai 71,41%, meningkat sebesar 2,79 poin persentase dibandingkan tahun 2020 (68,62%).

Peningkatan tersebut menunjukkan kontribusi positif sosialisasi dalam mendorong partisipasi masyarakat, namun belum memenuhi target KPU Kota Semarang yang ditetapkan di atas 77%. Oleh karena itu, strategi sosialisasi perlu diperkuat melalui pendekatan yang lebih adaptif, berbasis data, berkelanjutan, dan inklusif, dengan fokus pada wilayah berpartisipasi rendah, pemilih bermobilitas tinggi, kelompok marginal, dan penyandang disabilitas.

Pembahasan

1. Analisis Peran Sosialisasi yang Dilakukan oleh KPU Kota Semarang dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang Tahun 2024

Sosialisasi KPU Kota Semarang pada Pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Semarang Tahun 2024 berperan dalam meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan partisipasi pemilih melalui penyampaian informasi kepilwahan serta pendidikan politik. Materi sosialisasi meliputi tahapan pemilihan, daftar pemilih, pasangan calon, lokasi TPS, tata cara pencoblosan, ketentuan suara sah, pencegahan politik uang, dan literasi hoaks. Pelaksanaannya didukung oleh koordinasi berjenjang antara KPU, sekretariat, PPK, dan PPS, serta kerja sama dengan pemerintah daerah, lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, media, dan komunitas.

Strategi sosialisasi disusun secara segmentatif berdasarkan karakteristik pemilih. Pemilih pemula dijangkau melalui program *KPU Goes to School*, *KPU Goes to Pesantren*, dan *KPU Goes to Campus*, sedangkan perempuan, lanjut usia, pekerja, dan penyandang disabilitas memperoleh pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing. Penentuan wilayah prioritas juga didasarkan pada data daftar pemilih tetap (DPT), tingkat partisipasi sebelumnya, dan kondisi sosial masyarakat sehingga pelaksanaan sosialisasi menjadi lebih terarah.

KPU memanfaatkan pendekatan komunikasi multichannel melalui tatap muka, media cetak, elektronik, media luar ruang, dan media digital, seperti website, media sosial, WhatsApp, video, serta podcast. Keragaman media memungkinkan informasi menjangkau berbagai kelompok pemilih sesuai pola komunikasi masing-masing. Selain itu, simulasi pencoblosan, infografis, contoh surat suara, dan diskusi interaktif membantu meningkatkan pemahaman pemilih serta mengurangi potensi suara tidak sah.

Pelaksanaan sosialisasi juga diperkuat melalui kolaborasi dengan sekolah, perguruan tinggi, organisasi keagamaan, organisasi perempuan, tokoh masyarakat, media, serta organisasi penyandang disabilitas. Kemitraan tersebut memperluas jangkauan informasi sekaligus meningkatkan aksesibilitas bagi kelompok rentan, terutama penyandang disabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah pemilih yang menggunakan hak pilih pada Pilwakt Semarang Tahun 2024 mencapai 903.477 dari 1.265.192 pemilih atau sebesar 71,41%, meningkat 2,79 poin persentase dibandingkan Pilwakt Tahun 2020 (68,62%). Meskipun demikian, capaian tersebut masih berada di bawah target KPU Kota Semarang sebesar lebih dari 77%. Peningkatan partisipasi menunjukkan bahwa sosialisasi memberikan kontribusi positif, namun tidak menjadi satu-satunya faktor penentu. Tingkat kompetisi politik, mobilitas masyarakat, akses menuju TPS, motivasi politik, serta kondisi sosial juga memengaruhi keputusan pemilih untuk menggunakan hak pilih.

Secara keseluruhan, sosialisasi KPU Kota Semarang dapat dinilai cukup efektif karena mampu memperluas akses informasi, meningkatkan pemahaman pemilih, mengurangi potensi kesalahan pencoblosan, serta mendorong peningkatan partisipasi masyarakat. Namun, efektivitas tersebut masih perlu diperkuat melalui strategi yang lebih adaptif, berbasis data,

berkelanjutan, dan inklusif, terutama bagi wilayah dengan partisipasi rendah, pemilih bermobilitas tinggi, dan kelompok rentan.

2. Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Tingkat Efektivitas Sosialisasi KPU Kota Semarang dalam Mendorong Partisipasi Pemilih pada Pilkada 2024

Efektivitas sosialisasi KPU Kota Semarang dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Semarang Tahun 2024 dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi keragaman media, dukungan anggaran dan sumber daya manusia, kualitas materi, kompetensi petugas, koordinasi kelembagaan, serta kerja sama lintas pihak. Sementara itu, faktor eksternal mencakup karakteristik dan mobilitas pemilih, tingkat motivasi dan kepercayaan politik, hambatan administratif, akses menuju TPS, serta pemahaman terhadap tata cara pencoblosan.

KPU memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, seperti tatap muka, media cetak, elektronik, media luar ruang, dan media digital untuk menjangkau berbagai kelompok pemilih. Keberagaman media memperluas akses informasi, namun efektivitasnya tetap dipengaruhi oleh motivasi masyarakat dalam menerima dan memanfaatkan informasi kepemiluan. Pelaksanaan sosialisasi juga didukung oleh koordinasi antara KPU, sekretariat, PPK, dan PPS serta kolaborasi dengan pemerintah daerah, lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, media, dan komunitas. Meski demikian, keterbatasan waktu, jumlah petugas, dan padatnya tahapan Pilkada menyebabkan intensitas sosialisasi belum merata di seluruh wilayah.

Kualitas materi dan kompetensi petugas berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman pemilih. Penyampaian materi melalui bahasa sederhana, infografis, video, contoh surat suara, dan simulasi pencoblosan membantu masyarakat memahami prosedur pemungutan suara serta

mengurangi potensi suara tidak sah. Namun, kelompok lanjut usia, masyarakat dengan literasi rendah, dan penyandang disabilitas masih memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih adaptif dan aksesibel.

Faktor eksternal turut memengaruhi efektivitas sosialisasi. Mobilitas masyarakat perkotaan, kesibukan kerja, rendahnya motivasi politik, sikap apatis, hambatan administrasi, serta keterbatasan akses menuju TPS menjadi kendala yang menyebabkan sebagian pemilih tidak menggunakan hak pilih meskipun telah memperoleh informasi. Oleh karena itu, sosialisasi perlu dipadukan dengan pesan yang lebih persuasif, penguatan literasi politik, serta penyediaan layanan informasi yang mudah diakses.

Data penelitian menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pemilih meningkat dari 68,62% pada Pilwakot Tahun 2020 menjadi 71,41% pada Tahun 2024 atau naik sebesar 2,79 poin persentase. Meskipun menunjukkan kontribusi positif sosialisasi, capaian tersebut masih berada di bawah target KPU Kota Semarang yang ditetapkan di atas 77%. Temuan ini menunjukkan bahwa sosialisasi telah berjalan cukup efektif, tetapi masih memerlukan penguatan melalui strategi yang lebih terarah, berbasis data, adaptif, berkelanjutan, dan inklusif, terutama bagi wilayah dengan partisipasi rendah serta kelompok rentan.

4. Simpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, sosialisasi KPU Kota Semarang pada Pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Semarang Tahun 2024 dapat dinilai cukup efektif dalam meningkatkan pengetahuan, kesadaran, kesiapan, dan partisipasi masyarakat. Sosialisasi dilaksanakan secara terencana, berjenjang, kolaboratif, segmentatif, dan inklusif melalui media tatap muka, cetak, elektronik, luar ruang, serta digital. KPU juga melibatkan PPK, PPS, lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, komunitas, tokoh agama, media, dan kelompok penyandang disabilitas

untuk memperluas jangkauan informasi. Pendekatan tersebut membantu masyarakat memahami tahapan pemilihan, tata cara mencoblos, penggunaan suara yang sah, penolakan politik uang, dan pencegahan hoaks. Tingkat partisipasi meningkat dari 68,62 persen pada Pilwalkot 2020 menjadi sekitar 71,41 persen pada Pilwalkot 2024, dengan 903.477 dari 1.265.192 pemilih menggunakan hak pilih. Namun, capaian tersebut masih berada di bawah target KPU yang ditetapkan di atas 77 persen. Efektivitas sosialisasi masih dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya, mobilitas dan kesibukan masyarakat, sikap apatis, rendahnya motivasi politik, hambatan administrasi, akses menuju TPS, serta kurangnya pemahaman teknis pemilih. Oleh karena itu, KPU perlu memperkuat strategi sosialisasi yang lebih masif, berbasis data, berkelanjutan, adaptif, dan inklusif, terutama bagi wilayah berpartisipasi rendah, pemilih dengan mobilitas tinggi, kelompok marginal, lanjut usia, dan penyandang disabilitas.

5. Daftar Pustaka

- Alfitra, Muhamad Andika, (2024). Strategi pendidikan pemilih di daerah potensi partisipasi rendah di Kabupaten Malang: Studi kasus Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Malang. *Jurnal Sosial Humaniora*, 1(1), 74–92. DOI: 10.70214/5d7r9176.
- Ambarwati, Rini, Aidinil Zetra, dan Syahrizal. (2023). Efektivitas sosialisasi Pemilu 2019 KPU Kabupaten Indragiri Hulu: Studi terhadap banyaknya surat suara tidak sah. *Jurnal Niara*, 15(3), 571–580. doi:10.31849/niara.v15i3.9280.
- Bennett, W. Lance dan Shanto Iyengar, (2008), “A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication,” *Journal of Communication* 58, no. 4: 707–731.
- Boman, Björn, dan Jonas Hultin Rosenberg. (2024). Democratically included? A systematic literature review on voter turnout of people with intellectual disabilities. *Frontiers in Political Science*, 6, 1485383. doi:10.3389/fpos.2024.1485383.
- Chadwick, Andrew, (2013), *The Hybrid Media System: Politics and Power*, Oxford: Oxford University Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. 2018. *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications
- Dalton, Russell J., (2004), *Democratic Challenges, Democratic Choices: The Erosion of Political Support in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Dreston, Jana H. dan German Neubaum. (2023). How incidental and intentional news exposure in social media relate to political knowledge and voting intentions. *Frontiers in Psychology*, 14, 1250051. DOI: 10.3389/fpsyg.2023.1250051.
- Ginting, Elittaria, Vainels Krisna Lenta Lawolo, dan Emilina Fransiska Hia. (2022). Pengaruh sosialisasi politik Komisi Pemilihan Umum terhadap partisipasi pemilih pemula pada Pemilihan Umum Serentak di Jakarta Timur Tahun 2019. *Jurnal Caraka Prabu*, 6(2), 138–163. doi:10.36859/jcp.v6i2.1202.
- Herman, Sudirman, Ihyani Malik, dan Riska Sari. (2021). Sosialisasi politik terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan kepala daerah di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik*, 2(4), 1371–1383. doi:10.26618/kimap.v2i4.5411.
- McNair, Brian, (2017), *An Introduction to Political Communication*, London: Routledge
- Merivaki, Thessalia dan Mara Suttman-Lea. (2023). Can electoral management bodies expand the pool of registered voters? Examining the effects of face-to-face, remote, traditional, and social media outreach. *Policy Studies*, 44(3), 377–407. DOI: 10.1080/01442872.2022.2044020.
- Mietzner, Marcus, (2014), *Power in Indonesia: Oligarchy, Democracy, and the Money Politics*, Singapore: ISEAS Publishing.
- Moleong, Lexy J. M., 2022, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya

- Nanz, Andreas, Raffael Heiss, dan Jörg Matthes. (2022). Antecedents of intentional and incidental exposure modes on social media and consequences for political participation: A panel study. *Acta Politica*, 57, 235–253. doi:10.1057/s41269-020-00182-4.
- Norris, Pippa dan Ronald Inglehart, (2019), *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism*, Cambridge: Cambridge University Press
- Putnam, Robert D., (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: Simon & Schuster.
- Ridwan, Pertiwi Utami, Denesha Putri Patricia Naseer, dan Juwandi Panab. (2023). Efektivitas kinerja program Rumah Pintar Pemilu dalam membangun tingkat pendidikan politik masyarakat pada Pilkada 2020 Kota Makassar. *Jurnal Pallangga Praja*, 5(1), 19–30. doi:10.61076/jpp.v5i1.3085.
- Rush, Michael, dan Phillip Althoff. (2018). *Pengantar sosiologi politik*. Rajawali Pers.
- Salado, Vanesa, Tania Gaspar, Concepción Moreno-Maldonado, Margarida Gaspar de Matos, dan Francisco Rivera. (2024). Influence of news media use and political discussions on social self-efficacy through sense of unity. *Current Psychology*, 43, 9390–9403. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04940-3>
- Septiana, Lisa, dan Mulyana Mulyana. (2023). Peran Komisi Pemilihan Umum Daerah dalam pelaksanaan program sosialisasi politik bagi pemilih pemula di Kota Cilegon Provinsi Banten. *Jurnal Pemerintahan dan Keamanan Publik*, 5(2), 91–105. doi:10.33701/jpkp.v5i2.3555.
- Sugiyono. 2022. *Metodelogi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif. Kualitatif dan RdanD*. Bandung: Alfabeta
- Teglbjærg, Jonas Henau, Freideriki Carmen Mamali, Madeleine Chapman, dan Jesper Dammeyer. (2022). The disability gap in voter turnout and its association to the accessibility of election information in EU countries. *Disability & Society*, 37(8), 1342–1361. DOI: 10.1080/09687599.2021.1877116.
- Verba, Sidney, Norman H. Nie, dan Jae-on Kim, (1978), *Participation and Political Equality: A Seven-Nation Comparison*, Cambridge: Cambridge University Press, 1978.
- Yandra, Alexsander Sudaryanto Sudaryanto, Bela Sintiya, Arizal Arizal, dan Dian Rianita. (2023). Pendidikan politik dalam meningkatkan partisipasi pemilih oleh KPU Provinsi Riau jelang Pemilu 2024. *JDP (Jurnal Dinamika Pemerintahan)*, 6(2), 164–179. DOI: 10.36341/jdp.v6i2.3386.



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).