

Evaluasi iklan televisi sosialisasi pemilu 2014 komisi pemilihan umum republik indonesia pada pemilih pemula = Evaluation of 2014 general election television advertising outreach program of indonesian general election commission on first time voters

M. Ghurron Muhajjalín, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20392843&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian evaluasi formatif terhadap iklan televisi sosialisasi Pemilu 2014 dari Komisi Pemilihan Umum RI pada pemilih pemula. Penelitian ini menggunakan model pencapaian tujuan dimana evaluasi dilakukan melalui pengukuran tingkat kesuksesan atau kegagalan dalam mencapai objektif dari program. Melalui kuisisioner yang diberikan pada 30 pemilih pemula serta wawancara dengan pihak sosialisasi KPU RI, penelitian ini menunjukkan bahwa iklan televisi sosialisasi Pemilu 2014 dikategorikan sangat efektif dalam hal peningkatan partisipasi pemilih. Kemudian juga dikategorikan cukup efektif dalam hal penyebarluasan informasi, tahapan, jadwal dan program pemilu; serta meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan masyarakat tentang kepemiluan. Namun, untuk mengatasi beberapa kendala seperti minimnya pemilih muda yang menjadikan KPU sebagai sumber utama informasi, penelitian ini kemudian merekomendasikan KPU RI untuk (1) membangun kerjasama yang sinergis dan berkelanjutan utamanya dalam hal sosialisasi pemilu dengan media massa dan LSM terkait, serta (2) melakukan pemilihan media sosialisasi dengan seksama dan menyesuaikan konten pesan dengan platform media yang dipilih.

.....

This study is a formative evaluation of the television ads outreach programs of the 2014 election Indonesian General Election Commission. This study uses a model of goal-attainment models where the evaluation is done by measuring the level of success or failure in achieving the objectives of the program. Through a questionnaire given to 30 first-time voters as well as interviews with the KPU RI socialization, this study shows that the program has been very effective in terms of increasing voter participation. Then also been effective in terms of information dissemination, stage, and program schedule of the elections; and increasing knowledge, understanding and the ability of the electoral community. However, to overcome some obstacles such as the low number of young voters who make the Commission as the main source of information, this study then recommends KPU RI to (1) build synergistic and sustainable especially in terms of socialization election by the mass media and NGOs, as well as (2) conduct media selection and socialization carefully tailor the message content with selected media platforms.