

Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam sosialisasi pemilu 2004

Sahrani Hasna Ramadhan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=96959&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia baru saja menyelesaikan Pemilu 2004, sebagai Pemilu ke sembilan terhitung sejak Indonesia merdeka. Hal menarik dari Pemilu 2004 adalah karena selain sistem Pemilu baru dan kompleks, pemilih juga tidak hanya memilih partai tetapi juga memilih langsung calon anggota legislatif dan DPD untuk mewakilinya di badan legislatif. Selain itu melalui Pemilu 2004 masyarakat Indonesia untuk pertama kalinya memilih langsung Presiden dan Wakil Presiden. Untuk memperkenalkan sistem dan metode pemilihan yang baru di dalam Pemilu 2004. Mengingat pentingnya menyebarkan informasi yang komprehensif tentang seluk beluk Pemilu 2004, Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai badan penyelenggara Pemilu menyusun kebijakan sosialisasi melalui Keputusan KPU Nomor 623 Tentang Informasi Pemilu dan Pendidikan Pemilih. Tujuan kebijakan KPU adalah untuk menyebarkan informasi mengenai tata cara teknis penyelenggaraan Pemilu dan menyebarluaskan informasi mengenai alasan, tujuan dan cara penyelenggaraan Pemilu. Sasaran kebijakan KPU tersebut adalah; (1) untuk memberi pengetahuan kepada masyarakat tentang tata cara teknis penyelenggaraan Pemilu yang langsung, umum, babas, rahasia, jujur, adil dan beradab; (2) menumbuhkan kesadaran pemilih akan hak dan kewajiban sebagai warga negara; (3) meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan Pemilu; (4) meningkatkan kemampuan pemilih dalam menggunakan hak suaranya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kebijakan dan strategi yang telah dilakukan KPU dalam melaksanakan sosialisasi Pemilu 2004. Sasaran sosialisasi Pemilu 2004 adalah masyarakat, khususnya pemilih. Berkaitan dengan itu, agen-agen sosialisasi yang ada di tengah-tengah masyarakat memegang peranan yang cukup signifikan dalam menyalurkan pesan-pesan politik yang ingin disampaikan oleh KPU. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan KPU dan strategi sosialisasi yang dilakukan oleh KPU, di dalam studi ini digunakan teori sosialisasi politik dan kampanye sosial. Kerangka social campaign menjelaskan bahwa KPU melakukan dua strategi utama dalam menyebarkan informasi Pemilu, yaitu; strategi above the line dan below the line, selain itu KPU bekerja sama dengan OMS dan LSM untuk melakukan sosialisasi tatap muka dengan semua kelompok sasaran. KPU juga menggunakan fasilitas website www.kpu.go.id, untuk menginformasikan semua kegiatan dan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan KPU untuk melaksanakan Pemilu 2004.

Sosialisasi Pemilu 2004 dibagi ke dalam tiga tahap. Tahap I adalah sosialisasi tentang sistem baru di dalam Pemilu 2004, pentingnya P4B, serta pencitraan terhadap KPU. Tahap II merupakan tahap menyebarkan informasi tentang agenda Pemilu yaitu penyelenggaraan Pemilu Legislatif pada tanggal 5 April, dan pengenalan profil para peserta Pemilu 2004. Pada tahap ini KPU mencetak ribuan poster, leaflet dan brosur tentang tata cara memilih. Tahap III adalah sosialisasi Pemilu Presiden dan Wakil Presiden putaran I dan II. Di dalam tahap ini, KPU kembali mengajak pemilih untuk mendaftarkan diri di dalam P4B yang diperpanjang waktunya. Sosialisasi para calon Pilpres juga dilakukan melalui poster, leaflet dan stiker.

Selain itu, dalam Pilpres putaran I dan II, KPU dibantu oleh IFES menyelenggarakan debat terbuka antar calon Presiden dan Wakil Presiden. Dalam melakukan ketiga tahap sosialisasi tersebut KPU melakukan sinergi dengan berbagai organisasi masyarakat, lembaga internasional LSM, serta media massa. Kelompok-kelompok tersebut membantu proses pendidikan pemilih, baik melalui cara pelatihan-pelatihan maupun simulasi tata cara teknis pemilihan.

Pencapaian KPU adalah tingkat awareness masyarakat sebagai akibat dari sosialisasi Pemilu 2004 melalui media massa, baik cetak maupun elektronik. Survey yang dilakukan IFES membuktikan bahwa 96,9% responden mengetahui informasi Pemilu dari televisi dan 42,4% dari radio. 68,0% mengetahui dari poster dan 51% dari spanduk, sisanya sebesar 46,6% dari surat kabar. Selain itu, persepsi masyarakat tentang KPU juga cukup baik, 90% cukup puas dengan kinerja KPU dalam menyelenggarakan Pemilu 2004 dan 74% percaya bahwa tidak ada korupsi di tubuh KPU, sementara 19% percaya ada korupsi. 82 % percaya bahwa KPU bersifat transparan, jujur dan independen dan 12% tidak percaya.