

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menganalisis strategi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Banyumas dalam meningkatkan partisipasi publik pemilih pemula pada Pilkada 2024 menggunakan kerangka manajemen strategi David (2016) yang mencakup perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Berdasarkan hasil analisis terhadap dokumen dan wawancara mendalam dengan sembilan informan kunci, dapat disimpulkan beberapa temuan penting berikut:

1. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*). Pada tahap perumusan strategi, KPU Kabupaten Banyumas telah melakukan perumusan strategi secara komprehensif melalui identifikasi tujuh permasalahan utama (*voter fatigue* akibat dua pemilu dalam satu tahun, calon tunggal, 15.000 pemilih tanpa e-KTP, keterbatasan waktu 8 bulan dan anggaran, literasi rendah, pemilih merantau) menggunakan pendekatan multi-metode: survei Lembaga Indikator, kajian PT Navigator Strategi Indonesia, analisis data historis, dan konsultasi stakeholder. Identifikasi yang sistematis ini kemudian diterjemahkan menjadi enam strategi kunci yang dirancang saling melengkapi: kerjasama riset ilmiah, rapat pleno mingguan, *pretest-posttest*, segmentasi pemilih fokus pada 134.689 pemilih pemula (10% DPT), kolaborasi influencer lokal dan optimalisasi media sosial (20K *followers* terbesar Jateng), serta program inovatif berbasis budaya lokal melalui kemitraan multi-pihak.

Analisis SWOT menunjukkan upaya memanfaatkan kekuatan internal (tim berpengalaman, inovasi program, *followers* terbesar, jejaring ormas aktif) untuk menangkap peluang eksternal (penetrasi media sosial tinggi, preferensi konten visual generasi Z), sambil mengantisipasi kelemahan struktural (anggaran terbatas, SDM digital terbatas, waktu singkat) dan ancaman eksternal (*voter fatigue*, disinformasi, calon tunggal, literasi rendah). Namun, terdapat kelemahan krusial dalam *timeliness environmental scanning*: masalah 15.000 pemilih tanpa e-KTP baru terdeteksi satu minggu sebelum pemungutan suara meskipun sosialisasi berjalan sejak Maret 2024. Keterlambatan ini mengindikasikan koordinasi dengan

Disdukcapil perlu dilakukan proaktif minimal satu tahun sebelumnya, bukan reaktif ketika masalah muncul. Dari sisi relevansi materi, meskipun substansi sudah baik (terbukti dari peningkatan pemahaman 60% ke 85%), terdapat gap dalam gaya komunikasi yang masih terlalu formal untuk preferensi generasi Z yang menginginkan bahasa kolokial, storytelling menarik, dan penjelasan dampak konkret partisipasi.

2. Implementasi Strategi (*Strategy Implementation*). Implementasi strategi menunjukkan capaian *output* yang melampaui target melalui pendekatan *collaborative governance*: *Launching* Pilkada dan Kirab Pilkada menarik 2.000 peserta dengan anggaran minimal, kolaborasi *content creator* Tarmin Ngakak menghasilkan 200K+ *viewers* per konten, optimalisasi media sosial mencapai 20K *followers* (terbesar Jateng) dan meraih penghargaan Media Sosial Terpuji serta Juara Sosialisasi Inovatif No. 1 tingkat provinsi, program KPU *Goes to School* menjangkau hampir seluruh SMA/SMK di 11 kecamatan pinggiran dengan peningkatan pemahaman signifikan (*pretest* 60% → *posttest* 85%, kepuasan 80%). Koordinasi internal melalui rapat pleno mingguan dan eksternal dengan ormas (NU, Muhammadiyah, IPNU, IPPNU, HMI, Karang Taruna, PMI), media (RRI Purwokerto, 10+ portal online, Banyumas TV), dan sekolah menunjukkan *network management* yang matang dengan model kemitraan simbiosis mutualisme multi-platform.

Program inovatif, Podcast NGODEMAS, Komisioner sebagai Pembina Upacara, kolaborasi Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5), mencerminkan *adaptive capacity* dalam keterbatasan sumber daya dengan pendekatan *experiential learning* yang terintegrasi kurikulum. Kerjasama RRI Purwokerto melalui Gerakan Cerdas Memilih (GCM) berhasil menghadirkan 500+ peserta per acara dengan strategi adaptasi konten: *base cut* pendek untuk media sosial (Instagram, TikTok), dialog panjang untuk radio (Pro 1 FM 93.1, Pro 2 FM 98.8), dan arsip di YouTube serta portal berita. Namun, terdapat catatan kritis: inkonsistensi kualitas (sebagian

sosialisasi kurang interaktif sehingga peserta bosan), ketergantungan pada individu content creator tertentu (risiko sustainability), gap konversi digital engagement menjadi actual turnout (20K *followers* tidak berkorelasi langsung dengan partisipasi), keterbatasan anggaran (tidak bisa gandeng *influencer* besar seperti Wirang Birawa 700K followers), keterbatasan SDM produksi konten viral, rendahnya minat sebagian pemilih (konversi *passive viewers* ke *engaged followers* rendah), dan penyebaran disinformasi yang mengganggu efektivitas program.

3. Evaluasi Strategi (*Strategy Evaluation*). Evaluasi mengungkap temuan krusial yang menantang asumsi konvensional: meskipun sistem evaluasi multi-metode komprehensif (rapat pleno, *pretest-posttest* digital, monitoring media sosial, *feedback* staff, evaluasi eksternal PT Navigator dengan survei 31 responden dan wawancara 12 informan) menunjukkan hampir semua indikator *output* melampaui target, jangkauan luas (ribuan peserta langsung, 20K followers, 200K+ viewers), peningkatan pemahaman signifikan, kepuasan tinggi (80%), prestasi provinsi, niat berpartisipasi meningkat, namun partisipasi aktual justru turun 5,47 poin dari 74,37% (2018) menjadi 68,9% (2024) meskipun DPT meningkat 88.394 pemilih. Pemilih pemula (134.689 orang, 10% DPT) menunjukkan partisipasi lebih rendah dari kelompok usia lain, menciptakan gap signifikan antara awareness-attitude dan actual behavior.

Analisis mendalam mengidentifikasi enam faktor penyebab paradoks yang sebagian besar di luar kendali KPU: (1) struktural, calon tunggal menciptakan persepsi partisipasi tidak bermakna (kendali rendah), (2) psikologis, *voter fatigue* dua pemilu satu tahun menurunkan motivasi (kendali rendah), (3) administratif—15.000 pemilih tidak bisa memilih karena e-KTP (kendali sedang, perlu koordinasi awal), (4) sosio-ekonomi, pemilih merantau tidak bisa pulang (kendali rendah), (5) waktu persiapan singkat 8 bulan (kendali sedang), (6) anggaran terbatas (kendali sedang). Temuan ini mengonfirmasi bahwa partisipasi tidak hanya dipengaruhi

informasi dan kesadaran (yang berhasil ditingkatkan sosialisasi) tetapi lebih kuat oleh faktor struktural, psikologis, administratif, dan sosio-ekonomi yang kompleks.

Berdasarkan evaluasi, KPU merumuskan 14 rekomendasi penyesuaian untuk Pilkada 2029 dalam tiga prioritas: Sangat Tinggi (*early warning system* koordinasi Disdukcapil 1 tahun sebelumnya, konsultasi rutin DKPP, sistem data terintegrasi), Tinggi (penguatan segmentasi, maksimalisasi kemitraan media-ormas, adaptasi bahasa tren medsos, edukasi anti-hoaks), Sedang (kapasitas SDM digital, peer education, variasi format interaktif, *piggy-backing* efisiensi anggaran). Rekomendasi bersifat komprehensif dan multi-dimensional: reaktif (perbaiki kelemahan seperti *early warning system*) sekaligus proaktif (antisipasi tantangan masa depan seperti disinformasi dan literasi digital).

Berdasarkan kesimpulan dan temuan di atas, penulis menemukan beberapa hal yang perlu diperbaiki dan dikembangkan untuk Pilkada mendatang. Oleh karena itu, penulis memberikan beberapa rekomendasi kepada KPU Kabupaten Banyumas yang disesuaikan dengan masing-masing aspek strategi sebagai berikut:

1. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*). Pada aspek perumusan strategi, mengingat keterlambatan krusial identifikasi masalah e-KTP, untuk Pilkada 2029 perlu pengembangan sistem yang lebih antisipatif: Pertama, membangun *early warning system* administratif melalui koordinasi rutin KPU-Disdukcapil sejak minimal satu tahun sebelum tahapan dimulai (mulai 2028) dengan mekanisme: verifikasi berkala status e-KTP pemilih pemula setiap triwulan, pemutakhiran data terintegrasi *real-time*, dan pembentukan *task force* bersama yang secara khusus menangani administrasi kependudukan pemilih pemula dengan jadwal kerja terstruktur dan target jelas di setiap fase. Kedua, melembagakan konsultasi rutin dengan DKPP untuk memastikan setiap program komunikasi menjaga netralitas penyelenggara, terutama dalam konteks sensitif seperti calon tunggal. Praktik konsultasi ad-hoc yang dilakukan Pilkada 2024 perlu ditransformasikan menjadi

mekanisme konsultasi reguler sepanjang tahapan dengan jadwal pasti (minimal setiap tiga bulan) dan dokumentasi yang sistematis untuk memastikan compliance terhadap kode etik. Ketiga, mengembangkan database pemilih pemula terintegrasi dengan Disdukcapil dan sistem monitoring real-time berbasis dashboard digital yang memungkinkan deteksi permasalahan administratif sejak dini. Database harus dilengkapi sistem alert otomatis ketika terdeteksi anomali (misal: pemilih terdaftar tanpa e-KTP) sehingga penanganan dapat dilakukan segera, tidak menunggu menjelang hari pemungutan suara. Keempat, memperdalam analisis SWOT dengan fokus khusus pada strategi mitigasi spesifik untuk setiap ancaman eksternal yang teridentifikasi. Untuk *voter fatigue*, kembangkan kampanye dengan framing berbeda antara Pemilu dan Pilkada. Untuk calon tunggal, tekankan pentingnya kontrol masyarakat terhadap kinerja pemimpin. Untuk disinformasi, siapkan tim rapid response yang siaga 24/7. Pemetaan segmentasi pemilih pemula juga perlu lebih granular dengan mempertimbangkan karakteristik geografis (11 kecamatan pinggiran), sosio-ekonomi (pemilih merantau), dan preferensi komunikasi (digital native vs non-digital) sehingga program dapat dirancang lebih tersegmentasi dan personal dengan pendekatan yang berbeda untuk setiap sub-segmen.

2. Implementasi Strategi (*Strategy Implementation*). Pada aspek implementasi strategi, mengingat inkonsistensi kualitas pelaksanaan dan ketergantungan pada individu tertentu, untuk Pilkada 2029 perlu adanya standarisasi prosedur operasional sosialisasi dengan checklist wajib yang memastikan setiap kegiatan minimal memiliki: *ice breaking* (5 menit), presentasi interaktif dengan visual menarik (15-20 menit), diskusi/tanya jawab (10 menit), kuis dengan *doorprize* (5 menit), dan evaluasi posttest (5 menit). Standar ini harus diterapkan konsisten di semua lokasi melalui pelatihan pelaksana, supervisi berkala, dan evaluasi kepatuhan terhadap SOP. Perlu juga negosiasi durasi sosialisasi lebih panjang dengan sekolah/komunitas (minimal 45-60 menit) untuk memastikan materi tersampaikan mendalam, tidak terburu-buru.

Peningkatan kapasitas SDM internal melalui pelatihan intensif produksi konten digital berkelanjutan (editing video, *storytelling*, optimalisasi algoritma media sosial, analisis engagement) bekerja sama dengan content creator lokal (Tarmin Ngakak, Mas Ibe) atau praktisi profesional. Pelatihan harus menghasilkan tim internal yang mampu memproduksi konten viral secara mandiri dan konsisten, tidak bergantung pada individu tertentu. Perlu juga pengembangan konten bank (template, musik, grafis) yang dapat digunakan kembali untuk efisiensi produksi.

Mengembangkan program *peer education* melalui rekrutmen dan pelatihan *student ambassador* atau duta pemilih di setiap sekolah/kampus yang dapat memperluas jangkauan dengan biaya efisien. Program perlu dirancang dengan mekanisme rekrutmen berbasis prestasi dan kepemimpinan, pelatihan terstruktur tentang materi kepemiluan dan teknik komunikasi, insentif yang memadai (sertifikat, *merchandise*, pengalaman organisasi), dan monitoring berkala untuk memastikan efektivitas. Pendekatan *peer education* terbukti lebih efektif karena pesan dari teman sebaya lebih dipercaya dan diterima.

Menguatkan edukasi anti-hoaks dan literasi digital sebagai komponen wajib dalam setiap sosialisasi dengan materi konkret: cara verifikasi informasi, identifikasi ciri-ciri hoaks, penggunaan fact-checking tools. KPU perlu lebih proaktif dalam monitoring percakapan media sosial dan merespons cepat ketika disinformasi beredar melalui produksi konten klarifikasi dengan format menarik (infografis, video pendek) yang mudah dipahami generasi muda. Perlu juga pembentukan tim social media monitoring yang bertugas 24/7 selama periode kampanye hingga pemungutan suara.

Mempertahankan dan memperluas kemitraan dengan ormas (IPNU, IPPNU, HMI, Karang Taruna, PMI), FKUB, RRI Purwokerto, dan content creator lokal, sambil mengeksplorasi kemitraan baru dengan influencer lebih besar jika anggaran memungkinkan (Wirang Birawa 700K followers). Kemitraan perlu dikembangkan

menjadi kerja sama jangka panjang berbasis MOU formal dengan target dan indikator kinerja yang jelas, bukan hanya momentum elektoral. Strategi adaptasi konten RRI (base cut pendek untuk media sosial, dialog panjang untuk radio) perlu diadopsi lebih luas oleh seluruh jajaran KPU dan Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK). Optimalisasi strategi *piggy-backing* (memanfaatkan undangan sekolah untuk kegiatan P5 atau kegiatan kesiswaan, acara ormas) yang terbukti efisien dalam mengatasi keterbatasan anggaran. Dokumentasi kegiatan viral di media sosial juga efektif sebagai jalur undangan dari sekolah lain, sehingga perlu konsistensi memproduksi dan mempublikasikan konten dokumentasi menarik. Namun, untuk kegiatan prioritas tinggi, alokasikan anggaran khusus agar KPU memiliki kontrol penuh atas desain kegiatan sesuai standar ideal, tidak selalu mengikuti format pihak pengundang yang terkadang membatasi waktu dan metode penyampaian.

3. Evaluasi Strategi (*Strategy Evaluation*). Pada aspek evaluasi strategi, Mengingat paradoks *output* tinggi namun partisipasi turun, untuk Pilkada 2029 perlu transformasi sistem evaluasi, yaitu dengan mengembangkan sistem evaluasi seimbang yang mencakup: *process evaluation* (sudah baik melalui rapat pleno), *output evaluation* (sudah baik dengan metrics jelas), ditambah *outcome evaluation* (melacak apakah peserta sosialisasi dengan pemahaman meningkat benar-benar datang ke TPS) dan *impact evaluation* (mengukur partisipasi berkelanjutan di pemilu berikutnya). Untuk *outcome evaluation*, perlu dikembangkan mekanisme linking data peserta sosialisasi dengan data pengguna hak pilih di TPS (dengan menjaga privasi) untuk mengetahui conversion rate secara objektif.

Membangun mekanisme tracer untuk mengkonversi *awareness* menjadi behavior melalui: exit survey di TPS untuk mengetahui keterlibatan pemilih dalam program sosialisasi (pertanyaan: "Apakah Anda pernah mengikuti sosialisasi KPU?"), *tracer study* terhadap peserta kegiatan 1-2 minggu sebelum pemungutan suara untuk memastikan niat berpartisipasi masih kuat (*reminder* melalui

WhatsApp/SMS), *Focus Group Discussion* pasca-pemungutan suara dengan pemilih yang tidak hadir untuk menggali alasan ketidakhadiran secara mendalam, dan analisis data partisipasi ter-disagregasi berdasarkan kelompok usia untuk mengetahui dinamika partisipasi pemilih pemula secara spesifik dibanding kelompok usia lain.

Mengembangkan *dashboard monitoring real-time* berbasis teknologi yang menampilkan indikator: jumlah kegiatan sosialisasi per kecamatan, jumlah peserta, hasil pretest-posttest, engagement media sosial (*followers growth, reach, engagement rate*), dan yang paling penting adalah proyeksi partisipasi berdasarkan tren historis dan korelasi antara sosialisasi dengan turnout aktual. Dashboard ini harus accessible oleh seluruh komisioner dan divisi untuk mendukung pengambilan keputusan cepat berbasis evidence, tidak hanya mengandalkan intuisi atau asumsi.

Mempertahankan evaluasi eksternal dengan PT Navigator atau lembaga riset lain dengan metodologi lebih robust: survei representatif dengan sample size lebih besar (minimal 100-200 responden mencakup berbagai segmen), wawancara mendalam khusus dengan pemilih pemula yang tidak hadir di TPS untuk memahami faktor penghambat partisipasi yang tidak tertangkap evaluasi internal, dan analisis komparatif dengan kabupaten lain yang berhasil meningkatkan partisipasi untuk mengidentifikasi best practices yang dapat diadopsi.

Mengembangkan sistem pembelajaran organisasi yang memastikan rekomendasi dari evaluasi Pilkada 2024 benar-benar diimplementasikan di Pilkada 2029, tidak hanya menjadi dokumen yang tersimpan. Perlu dibentuk tim khusus yang bertanggung jawab melakukan monitoring implementasi rekomendasi dengan timeline jelas, person in charge, dan budget allocation untuk setiap rekomendasi prioritas tinggi. Progress implementasi rekomendasi harus dilaporkan setiap triwulan kepada seluruh komisioner untuk memastikan *accountability*.