

Strategi *Government Public Relations* Komisi Pemilihan Umum Provinsi Banten dalam Membangun Kepercayaan Publik di Pemilu Tahun 2024

Mohamad Ihsan¹

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi *Government Public Relations* yang diterapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Banten dalam membangun kepercayaan publik pada Pemilu Serentak 2024. Mengingat tantangan yang dihadapi KPU Banten, terutama dalam mempertahankan kredibilitas penyelenggaraan pemilu di tengah tingginya tingkat heterogenitas masyarakat, penelitian ini mengeksplorasi peran Humas sebagai jembatan komunikasi antara penyelenggara pemilu, peserta, dan pemilih. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang bagaimana strategi *Government Public Relations* KPU Provinsi Banten dalam membangun kepercayaan publik di Pemilu Serentak Tahun 2024. Dengan menggunakan teknik penelitian berdasarkan literatur dan observasi yang mendalam karena peneliti termasuk dalam bagian dari penelitian (observasi partisipan) sehingga diharapkan dapat memperkuat penelitian yang dilakukan.

Penelitian ini menunjukkan pentingnya strategi komunikasi yang efektif, termasuk edukasi publik, pengelolaan informasi, *framing* media, serta pengelolaan media sosial dan kolaborasi dengan berbagai pihak. Studi ini menemukan bahwa Humas KPU Banten berhasil meningkatkan partisipasi dan kepercayaan publik melalui pendekatan yang transparan dan responsif terhadap dinamika sosial-politik yang berkembang, meskipun masih dihadapkan pada beberapa tantangan seperti ekspektasi masyarakat yang dapat memengaruhi kepercayaan publik terhadap sistem pemilu.

Kata kunci : *Government Public Relations (GPR)*, Pemilu, Banten.

Abstract

This study discusses the Government Public Relations strategy implemented by the Banten Provincial General Election Commission (KPU) in building public trust in the 2024 Simultaneous Elections. Given the challenges faced by the Banten KPU, especially in maintaining the credibility of the election implementation amidst the high level of heterogeneity of society, this study explores the role of Public Relations as a communication bridge between election organizers, participants, and voters.

Through a descriptive qualitative approach, this study is expected to be able to provide an overview of the Banten Provincial KPU's Government Public Relations strategy in building public trust in the 2024 Simultaneous Elections. By using research techniques based on literature and in-depth observation because the researcher is part of the research (participant observation) so that it is expected to strengthen the research conducted.

This study shows the importance of an effective communication strategy, including public education, information management, media framing, and social media management and collaboration with various parties. This study found that the Banten KPU Public Relations succeeded in increasing public participation and trust through a transparent and responsive approach to the developing socio-political dynamics, although it is still faced with several challenges such as public expectations that can affect public trust in the election system.

Keywords: *Government Public Relations (GPR)*, Election, Banten.

¹ Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Banten, ihsandyaa@gmail.com

PENDAHULUAN

Kepercayaan publik pada Pemilihan Umum (Pemilu) seringkali menjadi isu krusial sebagai kunci utama pelaksanaan demokrasi. Kepercayaan publik bahkan dapat memengaruhi legitimasi dari penyelenggara Pemilu, salah satunya adalah Komisi Pemilihan Umum (KPU). KPU akan ditentukan keberhasilannya dalam sebuah negara untuk membangun dan politik yang terlembaga maka akan sangat bergantung pada sejauh mana partisipasi politik masyarakatnya (Aprilia & Permana, 2024). Partisipasi masyarakat adalah hal penting dalam proses pemilu karena semakin tinggi partisipasi pemilih maka akan menunjukkan semakin tinggi kepercayaan publik pada penyelenggaranya (Saluan dkk., 2023).

Di tengah gempuran isu penurunan kepercayaan publik terhadap KPU, baik di tingkat nasional maupun daerah termasuk salah satunya di Provinsi Banten. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Banten, masyarakat Banten terjamin dalam mendapatkan hak memilih dan dipilih sebesar 97,80 persen (Banten.BPS.go.id). Hasil monitoring dari pelaksanaan pemungutan dan perhitungan suara pada 14 Februari 2024, partisipasi masyarakat dalam pemilu serentak tahun 2024 mencapai 80 persen (variabanten.com, 2024).

Pada Pemilu serentak 2024, KPU Provinsi Banten menghadapi tantangan untuk tidak hanya pada penyelenggaraan Pemilu yang kredibel tetapi juga dapat membangun kepercayaan publik. Angka partisipasi yang tinggi bukanlah perkara mudah mengingat Provinsi Banten merupakan populasi besar dan masuk ke dalam tujuh (7) provinsi terpadat penduduk se-Indonesia (indonesiabaik.id, t.t.). Dengan populasi yang besar maka tingkat heterogenitas masyarakat Banten, baik dari segi pendidikan, budaya, tradisi dan agama akan sangat beragam sehingga menuntut KPU Banten untuk memiliki strategi komunikasi yang efektif.

Strategi menjadi penting agar tidak menimbulkan kendala dalam penyebaran informasi yang merata dan kepastian informasi di kalangan masyarakat. KPU Provinsi Banten saat ini meraih penghargaan sebagai Juara 1 Konten Media Pilkada Provinsi Terbaik Tahun 2024 dan Juara 1 Laman PPID KPU Provinsi terupdate Tahun 2024 (BantenNews.co.id, 2024). Hal ini membuktikan bahwa strategi *Government Public Relation* (GPR) yang efektif diperlukan untuk menjawab tantangan ini dalam isu kepercayaan publik pada penyelenggaraan pemilu.

Penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Amrullah (Amrullah dkk., 2023), dkk dengan judul *Actors of Democracy: Civil Society's Political Mandate in Post Reform Election* mengatakan bahwa penguatan kapasitas kelembagaan muncul sebagai keharusan, sehingga perlu

strategi yang tepat yang selaras dengan sumber daya dan potensi organisasi pemantauan pemilu. Pentingnya kepercayaan publik juga berdasarkan pada perkembangan teknologi informasi. Hal ini juga disampaikan oleh Diah, dkk.(Sjoraida dkk., 2024) yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah mengubah cara berkomunikasi dan berinteraksi sosial masyarakat secara mendasar. Fenomena ini tidak hanya memengaruhi cara individu berinteraksi satu sama lain, tetapi juga membentuk pola perilaku masyarakat secara keseluruhan.

Strategi pada Pemilu 2024, KPU Provinsi Banten dihadapkan pada tantangan untuk tidak hanya menyelenggarakan pemilu yang kredibel, tetapi juga untuk membangun kembali kepercayaan masyarakat yang mungkin telah terkikis. Latar belakang ini yang menggambarkan urgensi bagi KPU Provinsi Banten untuk merancang dan menerapkan strategi GPR yang komprehensif, guna memastikan bahwa Pemilu Raya 2024 dapat berjalan dengan lancar, adil, dan mendapatkan legitimasi penuh dari masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang memberikan gambaran atau penjelasan terhadap variabel baik masa lalu maupun sekarang atau yang sedang terjadi (Mundir, 2013). Teknik penelitian dilakukan adalah literatur dan observasi karena literatur digunakan untuk mengidentifikasi berbagai temuan yang telah ditemukan terkait dengan penelitian (Afiyanti, 2014). Sedangkan, untuk observasi menggunakan observasi partisipasi yang merupakan metode untuk menghimpun data melalui pengamatan dan pengindraan peneliti (Bayu Dardias Kurniadi, 2011). Karena peneliti terlibat langsung, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran hasil observasi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Edward L Bernays, *Government Public Relations* sebagai upaya untuk integrasi sikap serta perbuatan suatu lembaga atau badan pada masyarakat, memberikan penerangan pada masyarakat dan bertindak sebagai persuasi guna mengubah sikap atau perbuatan masyarakat secara langsung terhadap lembaga. Moore dalam Suprawot(Suprawoto, 2018) juga mengatakan bahwa dasar pemikiran dari *Government Public Relations* adalah peranan humas dalam pemerintahan dengan berlandaskan dua fakta dasar. Fakta pertama adalah masyarakat memiliki hak-hak untuk mengetahui sehingga pemerintah punya tanggung jawab untuk memberikan

informasi. Fakta kedua adalah kebutuhan dari pejabat untuk menerima masukan masyarakat mendapatkan partisipasi maupun dukungan dari masyarakat (Nilasari, B.W, 2012).

Selain itu, John D Millett juga menjelaskan tentang beberapa hal yang dilaksanakan sebagai tugas utama dari *Government Public Relation*. Pertama, *Learning about public desires and aspiration* yang berarti mempelajari dan mengamati keinginan serta aspirasi masyarakat; *Kedua, Advising the public about what is should desire*, yaitu memberikan tanggapan tentang apa yang sebaiknya dilakukan oleh lembaga pemerintahan sesuai dengan yang dikehendaki publik; *Ketiga, ensuring satisfactory contact between public and government official* yaitu kemampuan mengusahakan adanya hubungan antara publik dan pemerintahan yang saling memuaskan; *Keempat, Informing and about what an agency is doing* yang berarti memberikan informasi tentang apa yang dilakukan oleh suatu lembaga pemerintahan (Ruslan, 2016).

Strategi *Government Public Relation* dalam Pemilu serentak yang dilaksanakan oleh KPU Provinsi Banten adalah melalui Hubungan Masyarakat atau yang dikenal dengan humas. Humas KPU Provinsi Banten dibentuk melalui Keputusan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Banten Nomor 006/HK.03.1-Kpt/36Prov/III/2021 Tentang Badan Koordinasi Kehumasan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Banten. Humas merupakan posisi strategis dan penting bagi suatu instansi untuk membangun *branding*, citra, dan reputasi.

Adapun peran humas dalam menyukseskan Pemilu 2024 sebagai penghubung antara penyelenggara pemilu, peserta pemilu, dan pemilih adalah *Pertama*, edukasi publik, yaitu Humas KPU Provinsi Banten berperan dalam memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang proses dan tahapan pemilu, termasuk cara memilih, syarat calon dan pencalonan, serta jadwal pemilu. *Output* utama dari peran ini adalah membantu masyarakat memahami hak dan kewajiban mereka serta meningkatkan partisipasi pemilih. *Kedua*, pengelolaan informasi yang berarti Humas menangani komunikasi dan informasi terkait pemilu, termasuk menjawab pertanyaan dari media dan masyarakat, serta memastikan bahwa informasi yang disebarluaskan tidak menyesatkan atau salah. *Ketiga, media framing* jika muncul masalah atau isu yang berpotensi menimbulkan konflik atau kekacauan, Humas bertugas untuk memberikan klarifikasi dan solusi, serta menjaga komunikasi yang efektif untuk mencegah eskalasi masalah. *Keempat*, membangun kepercayaan melalui humas guna membangun dan memelihara kepercayaan publik terhadap proses pemilu dengan menunjukkan transparansi, integritas, dan keterbukaan dalam setiap komunikasi. *Kelima*, mengelola media sosial karena di era digital ini, Humas berperan aktif dalam mengelola media sosial dan *platform online* untuk memastikan informasi yang tepat tersebar luas dan menangkal

berita palsu atau hoaks. *Keenam*, kolaborasi dengan *stakeholder* yaitu humas bekerja sama dengan berbagai pihak, termasuk lembaga pemerintah, organisasi masyarakat sipil, dan media, untuk memastikan semua pihak mendapatkan informasi yang relevan dan terbaru.

Strategi *Government Public Relation* yang efektif diperlukan untuk menjawab tantangan ini, dengan fokus pada peningkatan transparansi, pendidikan pemilih, kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan, serta manajemen krisis yang responsif. Namun, bagi Humas bukan tidak mungkin jika menghadapi tantangan dan kendala dalam melaksanakan strategi tersebut. Dikatakan oleh Ingrid bahwa keterbatasan sosialisasi dalam pemilu membuat rendahnya kesadaran politik warga yang menjadi variabel penting dalam memengaruhi tingkat partisipasi masyarakat (Meyliana & Erowati, 2020).

Di bawah ini ada beberapa tantangan Humas dalam menyukseskan pemilu. Pertama, Informasi yang Berlebihan dan Tidak Akurat. Di era digital, Humas harus mampu memfilter, mengklarifikasi, dan menyebarkan informasi yang benar untuk menghindari kebingungan masyarakat. Kedua, hoaks dan berita palsu. Penyebaran hoaks atau berita palsu dapat merusak kepercayaan publik terhadap pemilu. Humas perlu secara aktif memerangi misinformasi dengan fakta yang akurat dan memperbaiki kesalahan informasi yang beredar. *Ketiga*, krisis dan isu Sensitif. Ketika situasi krisis atau isu sensitif seperti tuduhan kecurangan atau masalah logistik, Humas harus menangani komunikasi dengan hati-hati untuk mengurangi ketegangan dan menjaga kepercayaan publik.

Keempat, perubahan dinamis dalam media sosial. Media sosial terus berkembang dengan cepat, dan tren atau berbagai platform baru media sosial dapat muncul secara tiba-tiba. Humas harus cepat beradaptasi dengan perubahan ini untuk memanfaatkan saluran komunikasi yang paling efektif. *Kelima*, persaingan media dan liputan berita. Banyak media yang meliput pemilu dengan perspektif yang berbeda, dan Humas harus bersaing untuk mendapatkan liputan yang adil dan akurat. Mengelola hubungan dengan media dan memastikan pesan tidak terdistorsi adalah tantangan tersendiri. *Keenam*, pengelolaan harapan publik. Ekspektasi masyarakat terhadap proses pemilu dan hasilnya. Kekecewaan atau harapan yang tidak terpenuhi dapat memengaruhi kepercayaan publik terhadap sistem pemilu.

Beberapa tantangan tersebut menjadi penting karena Humas pemerintah atau *Government Public Relation* merupakan ujung tombak penyampaian dari kinerja maupun program lembaga pemerintah. Karena itu, Humas pemerintah dituntut kemampuannya dalam menghadapi perubahan zaman terutama dalam menghadapi tantangan dari perkembangan informasi dan

komunikasi (Kominfo, t.t.). KPU sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan pemilu memiliki peran penting dalam membangun dan memelihara kepercayaan publik. Dalam konteks ini, *Government Public Relations* menjadi alat strategis yang krusial untuk memastikan bahwa seluruh proses pemilu dapat dipahami, diawasi, dan dipercaya oleh publik. Keberhasilan KPU dalam membangun kepercayaan ini akan sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk mengomunikasikan transparansi, integritas, dan profesionalisme mereka kepada masyarakat.

Belum lagi adanya kendala yang dapat memengaruhi efektifitas tugas Humas KPU Provinsi Banten. Kendala utama yang sering dihadapi adalah kurangnya koordinasi antarinstansi, karena Humas sering kali harus bekerja sama dengan berbagai instansi pemerintah, partai politik, dan organisasi lainnya. Kurangnya koordinasi dapat menyebabkan pesan yang tidak konsisten atau saling bertentangan. Sumber daya terbatas menjadi salah satu penyebab anggaran yang terbatas untuk kegiatan komunikasi dan publikasi dapat membatasi kemampuan Humas untuk menyebarluaskan informasi secara efektif dan luas.

Tingkat pendidikan dan kesadaran masyarakat yang berbeda menyebabkan masyarakat memiliki berbagai tingkat pendidikan dan pemahaman tentang proses pemilu. Menyampaikan informasi yang efektif kepada semua segmen masyarakat bisa menjadi tantangan besar. Penanganan berita palsu dan hoaks di mana Humas harus menanggapi dan membantah berita palsu atau hoaks yang menyebar dengan cepat memerlukan usaha ekstra dan sumber daya, sering kali dengan hasil yang tidak selalu langsung terlihat. Kendala bahasa dan aksesibilitas karena tidak semua warga negara memiliki akses yang sama ke informasi, baik karena bahasa maupun keterbatasan akses teknologi. Humas perlu memastikan bahwa informasi tersedia dalam berbagai format dan bahasa. Persepsi negatif dan skeptisisme publik yaitu ketidakpercayaan atau sikap skeptis terhadap lembaga pemilu dan komunikasi mereka bisa menjadi penghalang dalam menyampaikan pesan dengan efektif. Kompleksitas regulasi ada berbagai regulasi yang mengatur komunikasi dalam pemilu. Mematuhi regulasi ini sambil menjaga efektivitas komunikasi bisa menjadi tantangan tambahan bagi Humas.

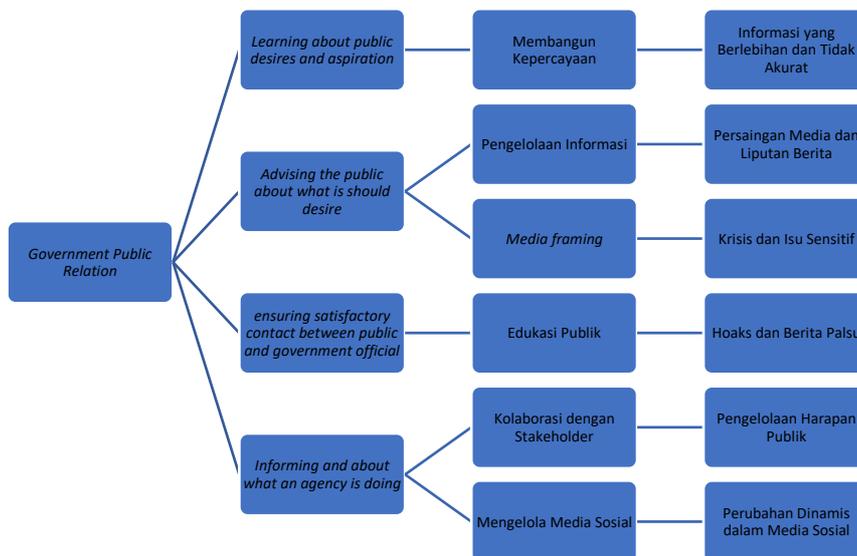
Humas KPU Provinsi Banten menerapkan strategi yang komprehensif dan adaptif, beberapa strategi efektif yang telah diterapkan yaitu *Edukasi Publik* dengan mengadakan kampanye informasi yang menyeluruh mengenai proses pemilu, hak dan kewajiban pemilih, serta cara berpartisipasi dalam pemilu. Hal tersebut dilakukan dengan menyediakan Materi Edukasi dalam berbagai format, seperti brosur, video, dan infografis, serta menerjemahkannya ke dalam bahasa daerah atau bahasa yang relevan. Selanjutnya, pengelolaan media seperti konferensi Pers,

mengadakan konferensi pers secara rutin untuk memberikan *update* resmi dan menjawab pertanyaan media.

Keterlibatan Komunitas, melibatkan komunitas-komunitas yang ada di Provinsi Banten, seperti lembaga Organisasi Masyarakat (Ormas) dengan pendekatan sosialisasi dan pelatihan. *Partisipasi Publik* dengan mendorong partisipasi publik melalui acara komunitas, forum diskusi, dan kegiatan interaktif yang meningkatkan kesadaran dan partisipasi pemilih. Inovasi Digital melalui pengembangan aplikasi atau situs web yang menyediakan informasi pemilu secara real-time, termasuk lokasi TPS, panduan pemilih, dan jadwal penting. *Monitoring* dan Evaluasi dengan cara Mengukur efektivitas strategi komunikasi dengan menggunakan alat analisis media dan survei publik dan menyusun laporan evaluasi untuk menilai keberhasilan strategi dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan yang masih harus dihadapi oleh KPU Provinsi Banten. Tantangan terbesar adalah penyebaran informasi yang berlebihan dan tidak akurat di era digital, yang dapat menyebabkan kebingungan di kalangan masyarakat. Hoaks dan berita palsu menjadi ancaman serius yang dapat merusak kepercayaan publik terhadap proses pemilu. Selain itu, dalam situasi krisis atau isu sensitif, Humas harus mampu menangani komunikasi dengan hati-hati untuk menjaga stabilitas sosial dan kepercayaan masyarakat.

Tabel 1. Alur Strategi Government Public Relation Berdasarkan Peran dan Tantangan.



Sumber: Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut, penelitian ini mencoba melihat strategi *Government Public Relations* yang dijalankan oleh KPU Provinsi Banten dalam rangka membangun dan memelihara kepercayaan publik terhadap pelaksanaan Pemilu Serentak 2024. KPU Provinsi Banten dihadapkan pada tantangan yang signifikan, termasuk kompleksitas demografis dan sosial masyarakat Banten yang sangat heterogen serta isu penurunan kepercayaan publik terhadap lembaga penyelenggara pemilu. Untuk mengatasi tantangan ini, KPU Provinsi Banten melalui Humasnya menerapkan berbagai strategi komunikasi yang difokuskan pada edukasi publik, pengelolaan informasi, framing media, pengelolaan media sosial, dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa tantangan yang dihadapi KPU Banten dalam pelaksanaan Pemilu Serentak 2024, seperti penyebaran hoaks dan kurangnya koordinasi antar instansi, menuntut adanya langkah strategis yang lebih baik untuk meningkatkan kepercayaan publik dan memastikan pemilu yang kredibel. Saran-saran berikut dapat menjadi acuan untuk memperbaiki strategi *Government Public Relations* (GPR) KPU di masa mendatang. Salah satu langkah penting yang dapat diambil KPU Banten adalah memperkuat sistem pemantauan informasi. Di era digital ini, arus informasi bergerak sangat cepat, dan hoaks atau berita palsu dapat dengan mudah tersebar luas, merusak kepercayaan publik. Oleh karena itu, KPU perlu memanfaatkan teknologi modern, seperti *artificial intelligence* (AI), untuk mendeteksi dan mengidentifikasi informasi yang salah atau menyesatkan. Dengan sistem pemantauan yang lebih canggih, KPU bisa merespons hoaks secara real-time, menegaskan klarifikasi, dan menyebarkan fakta yang akurat ke masyarakat.

Selain itu, penting bagi KPU untuk lebih meningkatkan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, media, lembaga penegak hukum, dan organisasi masyarakat. Kolaborasi yang kuat dapat memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan terkait pemilu konsisten dan tidak menimbulkan kebingungan di masyarakat. Menyelenggarakan pertemuan koordinasi secara berkala dengan berbagai pihak ini akan sangat membantu dalam mengatasi masalah komunikasi yang mungkin timbul, serta memastikan setiap instansi terlibat dalam menyebarkan informasi yang sama. Di sisi lain, literasi digital masyarakat harus menjadi fokus penting dalam strategi KPU. Masyarakat yang memiliki literasi digital rendah akan lebih rentan terhadap hoaks dan informasi yang salah. Oleh karena itu, KPU dapat menginisiasi kampanye edukasi literasi digital secara intensif melalui media sosial, seminar daring, atau bahkan berkolaborasi dengan komunitas-komunitas lokal. Dengan meningkatkan

literasi digital, masyarakat akan lebih mampu menyaring informasi yang mereka terima dan secara aktif memeriksa kebenarannya sebelum mempercayai atau menyebarkannya.

Pemanfaatan media sosial bisa lebih dioptimalkan untuk menyebarkan informasi yang akurat dan menarik. KPU dapat memanfaatkan berbagai platform media sosial tidak hanya untuk menyampaikan informasi formal, tetapi juga dengan pendekatan kreatif yang lebih menarik, seperti melalui video pendek, infografis, atau bahkan menggunakan *influencer* lokal yang dapat membantu memperluas jangkauan informasi. Dengan pendekatan ini, informasi pemilu dapat disampaikan dengan cara yang lebih *engaging*, terutama kepada kelompok pemilih muda yang lebih aktif di media sosial. Penting juga bagi KPU untuk terus menjaga keterbukaan dan transparansi di setiap tahapan pemilu. Masyarakat akan lebih percaya pada proses pemilu jika mereka merasa bahwa semua tahapan dilakukan dengan jujur dan terbuka. KPU dapat memperkuat ini dengan memberikan akses yang lebih luas bagi masyarakat untuk memantau proses pemilu, termasuk melalui laporan publik yang rutin dipublikasikan, serta menyediakan mekanisme bagi masyarakat untuk memberikan masukan atau melaporkan keluhan terkait penyelenggaraan pemilu.

Selanjutnya, KPU juga harus memastikan bahwa koordinasi antar instansi berjalan dengan lebih baik, terutama dalam hal penyampaian informasi. Kurangnya koordinasi seringkali menyebabkan pesan yang tidak konsisten atau bahkan bertentangan, yang dapat memperburuk situasi. Investasi dalam teknologi komunikasi yang lebih terintegrasi akan sangat membantu dalam mempercepat penyebaran informasi dan menghindari miskomunikasi antara berbagai pihak terkait. Selain itu, penting bagi KPU untuk terus mengedepankan edukasi publik mengenai proses pemilu, hak dan kewajiban sebagai pemilih, serta cara berpartisipasi dalam pemilu. Edukasi ini harus disampaikan dalam berbagai format yang dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil atau memiliki keterbatasan akses teknologi. Informasi yang disampaikan juga harus tersedia dalam berbagai bahasa dan format yang mudah dipahami.

Untuk menghadapi tantangan di era digital, KPU Banten juga harus terus berinovasi dalam menggunakan teknologi. Pengembangan aplikasi atau situs web yang dapat menyediakan informasi pemilu secara real-time, seperti lokasi TPS, panduan pemilih, dan jadwal pemilu, akan sangat membantu meningkatkan partisipasi pemilih dan memperkuat kepercayaan publik. Inovasi ini tidak hanya akan meningkatkan aksesibilitas informasi, tetapi juga akan memudahkan pemilih dalam mendapatkan informasi penting terkait pemilu. Secara keseluruhan, perbaikan strategi

komunikasi KPU harus berfokus pada peningkatan transparansi, edukasi, kolaborasi, serta penggunaan teknologi yang lebih optimal. Dengan demikian, tantangan utama seperti hoaks, kurangnya koordinasi, serta aksesibilitas informasi dapat diatasi dengan lebih baik, dan kepercayaan publik terhadap proses pemilu akan semakin meningkat. Upaya-upaya ini akan memastikan bahwa KPU tetap menjadi lembaga yang kredibel dan terpercaya dalam menyelenggarakan pemilu yang adil dan demokratis.

Humas KPU Provinsi Banten juga memiliki keinginan untuk terus melakukan kinerja-kinerja *Government Public Relations* secara baik. Menjelang Pemilu Kepala Daerah (Pilkada) Tahun 2024 terdapat empat strategi yang akan dilakukan oleh Humas KPU Provinsi Banten. *Pertama*, Transparansi dan Integritas Proses Pemilu, Humas berharap adanya pengawasan yang ketat dan keterbukaan informasi mengenai setiap tahap pemilu, dari pendaftaran calon hingga penghitungan suara. Kedua, yaitu peningkatan partisipasi publik. Tingginya tingkat partisipasi masyarakat dalam pemilihan kepala daerah, yang mencerminkan kesadaran dan tanggung jawab warga negara. Melalui kampanye edukasi yang efektif, Humas berharap masyarakat memahami pentingnya hak suara mereka dan terdorong untuk menggunakan hak pilihnya.

Ketiga, Meningkatkan Aksesibilitas Informasi. Semua lapisan masyarakat memiliki akses yang setara terhadap informasi pemilu, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil atau memiliki keterbatasan bahasa. Dengan cara menyediakan informasi dalam berbagai format dan bahasa, serta memanfaatkan teknologi untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Keempat, Kolaborasi yang Efektif dengan *Stakeholder*. Terjalin kerja sama yang baik antara Humas, lembaga pemilu, media, dan organisasi masyarakat sipil untuk mencapai tujuan komunikasi bersama. Mengadakan pertemuan koordinasi rutin dan menyusun strategi komunikasi bersama untuk memastikan pesan yang konsisten dan harmonis, misalnya dengan membumikan mascot, jingle dan tagline Pilkada.

Semua lapisan masyarakat memiliki akses yang setara terhadap informasi pemilu, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil atau memiliki keterbatasan bahasa. Dengan cara Humas KPU Banten dapat menyediakan informasi dalam berbagai format dan bahasa, serta memanfaatkan teknologi untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, terjalin kerja sama yang baik antara Humas, lembaga pemilu, media, dan organisasi masyarakat sipil untuk mencapai tujuan komunikasi bersama. Mengadakan pertemuan koordinasi rutin dan menyusun strategi komunikasi bersama untuk memastikan pesan yang konsisten dan harmonis, misalnya dengan membumikan mascot, jingle dan tagline Pilkada.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Government Public Relations* yang dirancang oleh Humas KPU Provinsi Banten mampu menjawab tantangan utama dalam pelaksanaan pemilu di provinsi tersebut. Strategi ini tidak hanya berhasil meningkatkan partisipasi pemilih, yang tercatat mencapai 80 persen pada Pemilu Serentak 2024, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik terhadap KPU sebagai lembaga yang kredibel dan transparan. Humas KPU Provinsi Banten secara efektif mengedukasi masyarakat tentang proses dan tahapan pemilu, memastikan informasi yang disampaikan akurat dan mudah diakses oleh masyarakat, serta menanggulangi isu-isu sensitif dan hoaks yang dapat menurunkan kepercayaan publik.

Keberhasilan ini sebagian besar didorong oleh penerapan teknologi informasi dan media sosial, yang memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan cepat. Humas KPU Banten memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memonitor opini publik dan merespon isu-isu yang berkembang secara real-time. Ini menunjukkan adaptasi yang baik dari Humas terhadap perkembangan teknologi dan dinamika komunikasi modern.

Secara keseluruhan, kesuksesan strategi *Government Public Relations* yang diterapkan oleh KPU Provinsi Banten dalam Pemilu Serentak 2024 memberikan pelajaran penting bagi lembaga-lembaga serupa di Indonesia. Keberhasilan dalam membangun kepercayaan publik bukan hanya soal menjalankan pemilu yang bebas dan adil, tetapi juga tentang bagaimana lembaga tersebut berkomunikasi dengan masyarakat dan menjawab kekhawatiran serta kebutuhan mereka secara transparan, integritas, dan profesional. KPU Banten telah menunjukkan bahwa dengan strategi komunikasi yang tepat, kepercayaan publik dapat dibangun dan dipertahankan, meskipun di tengah tantangan yang kompleks dan dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2014). PENGGUNAAN LITERATUR DALAM PENELITIAN KUALITATIF. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 9(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v9i1.157>
- Amrullah, A. A., Anam, M. S., Wisadirana, D., Tawakkal, G. T. I., & Hakim, M. L. (2023). *Actors of Democracy: Civil Society's Political Mandate in Post-Reform Election*. 266–286. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-148-7_22
- Aprilia, I. G. A. S. D., & Permana, G. P. L. (2024). Edukasi Pentingnya Menggunakan Hak Suara untuk Pemilih Pemula SMKN 3 Denpasar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 1301–1306. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2960>
- Banten.BPS.go.id. (t.t.). [Metode Baru 2021] *Indeks Demokrasi Indonesia (IDI) Banten Menurut Indikator—Tabel Statistik—Badan Pusat Statistik Provinsi Banten*. Diambil 29 Agustus 2024, dari <https://banten.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDk1IzI=-metode-baru-2021-indeks-demokrasi-indonesia-idi-banten-menurut-indikator.html>
- BantenNews.co.id. (2024, Agustus 6). KPU Banten Raih Juara 1 di Ajang Apresiasi Parhumas. *BantenNews.co.id -Berita Banten Hari Ini*. <https://www.bantennews.co.id/kpu-banten-raih-juara-1-di-ajang-apresiasi-parhumas/>
- Bayu Dardias Kurniadi. (2011). *PRAKTEK PENELITIAN KUALITATIF*. PolGov UGM.
- indonesiabaik.id. (t.t.). *7 Provinsi Paling Banyak Penduduknya | Indonesia Baik*. Diambil 29 Agustus 2024, dari <https://indonesiabaik.id/infografis/7-provinsi-paling-banyak-penduduknya>
- KOMINFO, P. (t.t.). *Peran Humas dalam Implementasi Government Public Relation*. Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Diambil 1 September 2024, dari http://index.php/content/detail/6134/Peran+Humas+dalam+Implementasi+Government+Public+Relation/0/berita_satker
- Meyliana, I. F., & Erowati, D. (2020). MENAKAR PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT KABUPATEN TANA TORAJA TERHADAP PEMILIHAN KEPALA DAERAH

- (PILKADA) TAHUN 2020. *Jurnal Academia Praja: Jurnal Magister Ilmu Pemerintahan*, 3(02), Article 02. <https://doi.org/10.36859/jap.v3i2.183>
- Mundir. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. STAIN Jember Press.
- Nilasari, B.W. (2012). *Humas Pemerintahan*. Graha Ilmu.
- Ruslan. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. (1–13). Raja Grafindo Persada.
- Saluan, F., Egeten, M., & Tulung, T. (2023). Evaluasi Strategi KPU Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Gubernur Tahun 2020 Di Kabupaten Kepulauan Talaud. *Sam Ratulangi Politics Review (SRPolRev)*, 1(1), Article 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/srpolrev/article/view/49527>
- Sjoraida, D. F., Guna, B. W. K., Nungraha, A. R., Amri, M., Santosa, T. A., & Suar, A. (2024). Exploring the Impact of Social Media on Political Participation: A Review of Empirical Studies. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), Article 3. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10497>
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relation*. Prena Media Grup.
- variabanten.com. (2024, Februari 17). *KPU Banten Sebut Partisipasi Pemilu 2024 Capai 80 Persen*. VARIA BANTEN. <https://variabanten.com/1085/kpu-banten-sebut-partisipasi-pemilu-2024-capai-80-persen.html>