

ABSTRAK

Peningkatan jumlah pemilih pemula yang signifikan pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Jakarta 2024 menjadi tantangan sekaligus peluang bagi penyelenggaraan demokrasi lokal. Komisi Pemilihan Umum Daerah Khusus Jakarta (KPU DKJ) sebagai lembaga penyelenggara pemilihan umum memiliki tanggung jawab strategis dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi komunikasi politik yang efektif. Strategi ini bertujuan untuk menyebarkan informasi terkait Pilkada Jakarta 2024 kepada seluruh pemilih di Daerah Khusus Jakarta, dengan fokus khusus pada pemilih pemula guna meningkatkan partisipasi aktif mereka. Pemilih pemula sebagai *first-time voters* memiliki karakteristik dan preferensi berbeda dalam memperoleh informasi politik dibandingkan segmen pemilih lainnya. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi komunikasi politik KPU DKJ dalam mendorong partisipasi pemilih pemula pada Pilkada Jakarta 2024. Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang digunakan KPU DKJ dalam mendorong tingkat partisipasi pemilih pemula pada Pilkada Jakarta 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis analisis studi kasus observasi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode yang meliputi observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan KPU DKJ mengimplementasikan dua pendekatan komunikasi: langsung (*offline*) dan tidak langsung (*online*). Strategi komunikasi langsung meliputi program "Nonton Bareng", sosialisasi interaktif dengan gamifikasi, penggunaan maskot dan jingle Pilkada Jakarta 2024, serta kolaborasi dengan media massa. Strategi komunikasi online dilakukan melalui optimalisasi platform media digital KPU DKJ dengan konten yang disesuaikan preferensi pemilih pemula, menggunakan bahasa santai, visual menarik, dan format yang mudah dibagikan di media sosial.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, Pilkada Jakarta, Partisipasi, Pemilih Pemula

ABSTRACT

The significant increase in the number of first-time voters in the 2024 Jakarta Regional Head Election (Pilkada) is both a challenge and an opportunity for the implementation of local democracy. The Jakarta Special Region General Election Commission (KPU DKJ) as an election organizing agency has a strategic responsibility in formulating and implementing an effective political communication strategy. This strategy aims to disseminate information related to the 2024 Jakarta Pilkada to all voters in the Special Region of Jakarta, with a special focus on first-time voters to increase their active participation. Novice voters as first-time voters have different characteristics and preferences in obtaining political information compared to other voter segments. This research aims to find out the political communication strategy of the DKJ KPU in encouraging the participation of novice voters in the 2024 Jakarta Pilkada. Therefore, this study aims to determine the political communication strategy used by the DKJ KPU in encouraging the level of participation of novice voters in the 2024 Jakarta Pilkada. This research uses a qualitative approach with an observational case study type of analysis. Data collection techniques are carried out through triangulation of methods which include observation, interviews, and literature studies. The results showed that the DKJ KPU implemented two communication approaches: direct (offline) and indirect (online). Direct communication strategies include the “Nonton Bareng” program, interactive socialization with gamification, the use of mascots and jingles for the 2024 Jakarta Pilkada, and collaboration with mass media. The online communication strategy is carried out through optimizing the DKJ KPU digital media platform with content tailored to the preferences of novice voters, using casual language, attractive visuals, and formats that are easily shared on social media.

Keyword: *Political Communication Strategy, Jakarta Election, Participation, Early Voters*