

**STRATEGI POLITIK KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA  
TANGERANG SELATAN DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI  
POLITIK PADA PILKADA TAHUN 2020**

**DENIS SETIABUDI**

**ABSTRAK**

Kegiatan pemilihan umum (Pemilu) menjadi satu hal sakral bagi negara demokrasi dalam menentukan pemilih kedepannya. Tidak hanya berlaku pada tingkat nasional, kegiatan politik tersebut juga terjadi pada tingkat lokal yang biasa kita kenal dengan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Namun nyatanya masih banyak permasalahan yang kerap ditemui seperti rendahnya tingkat partisipasi politik, isu SARA, berita bohong, kampanye hitam dan masih banyak yang lainnya. Perkembangan teknologi lantas membuat KPU Kota Tangerang Selatan sebagai lembaga penyelenggara memanfaatkan hal tersebut dengan beberapa pendekatan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi politik yang digunakan KPU Kota Tangerang Selatan dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam Pilkada Tahun 2020. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara bersama dengan pemangku kepentingan yang ada di Kota Tangerang Selatan serta melibatkan masyarakat. Selain itu data juga dikumpulkan dengan cara studi pustaka melalui dokumen resmi milik KPU Kota Tangerang Selatan, laman resmi, media sosial dan penelitian terdahulu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPU Kota Tangerang Selatan dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat menggunakan pendekatan Marketing Politik dengan memanfaatkan beberapa metode dalam mengedukasi masyarakat baik secara langsung atau tatap muka, pemanfaatan teknologi seperti media massa dan juga keterlibatan kelompok komunal (komunitas) serta tokoh-tokoh tertentu di Kota Tangerang Selatan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hal tersebut dinilai efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

**Kata Kunci:** Strategi, Marketing Politik, Partisipasi Politik

***POLITICAL STRATEGIES OF THE SOUTH TANGERANG CITY  
GENERAL ELECTIONS COMMISSION IN INCREASING POLITICAL  
PARTICIPATION IN THE 2020 LOCAL ELECTION***

***DENIS SETIABUDI***

***ABSTRACT***

*General elections are a fundamental and essential aspect of a democratic state in determining future leadership. This process does not only apply at the national level but also occurs at the local level, commonly known as Local Head Elections (Pilkada). However, various problems are still frequently encountered, such as low levels of political participation, issues related to ethnicity, religion, race, and intergroup relations (SARA), the spread of misinformation, black campaigns, and other challenges. Technological developments have encouraged the South Tangerang City General Elections Commission (KPU) as the organizing institution to utilize various approaches to address these issues.*

*Therefore, this study aims to examine the political strategies employed by the South Tangerang City KPU to increase public participation in the 2020 Local Election. The research uses a qualitative approach by conducting interviews with stakeholders in South Tangerang City and involving members of the community. In addition, data were collected through literature studies, including official documents from the South Tangerang City KPU, official websites, social media platforms, and previous studies.*

*The results indicate that in its efforts to increase public political participation, the South Tangerang City KPU applied a political marketing approach by utilizing various methods to educate the public, both directly through face-to-face interactions and indirectly through the use of technology such as mass media. The strategy also involved the participation of community groups and influential figures in South Tangerang City. Thus, it can be concluded that these strategies were effective in increasing public participation.*

***Keywords:*** *Strategy, Political Marketing, Political Participatio*