

## Strategi Komunikasi Publik KPU dalam Menjangkau Pemilih Melalui Debat Publik Pilkada 2024 di Kabupaten Gunungkidul

Yeti Prihana<sup>1</sup>, Supardal<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa APMD, Indonesia

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa APMD, Indonesia

e-mail: [yetiprihana67@gmail.com](mailto:yetiprihana67@gmail.com), 081328745818

DOI: <https://doi.org/10.47431/jirreg.v9i1.626>

### Article Info

#### Article History:

Received:

2025-05-27

Revised:

2025-06-18

Accepted:

2025-06-28

**Abstrak:** Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan momen penting dalam demokrasi lokal yang menuntut partisipasi aktif masyarakat sebagai pemilih. Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilu memiliki tanggung jawab untuk menjangkau pemilih secara efektif, salah satunya melalui strategi komunikasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi publik KPU Kabupaten Gunungkidul dalam menjangkau pemilih melalui debat publik Pilkada 2024. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dengan anggota KPU dan observasi terhadap komentar pemirsa dalam tayangan ulang debat di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik KPU meliputi tahapan fact finding, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Namun, ditemukan bahwa pendekatan terhadap pemilih pemula belum dilakukan secara spesifik, baik dalam undangan debat langsung di studio maupun dalam segmentasi pesan di media sosial. Meskipun demikian, respons positif publik terhadap debat menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik secara umum cukup berhasil menjangkau pemilih. Penelitian ini merekomendasikan agar KPU lebih memperhatikan segmentasi khalayak, termasuk pemilih pemula, dalam perencanaan strategi komunikasi publik ke depan.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi Publik, KPU, Pemilih, Debat Publik, Pilkada

## PENDAHULUAN

Pemilu merupakan salah satu pilar utama dalam sistem demokrasi indonesia, di mana rakyat diberi kesempatan untuk memilih pemimpin secara langsung. Dalam konteks lokal, pemilu berkembang menjadi Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), yang memberi ruang bagi demokrasi partisipatoris di tingkat kabupaten/kota.

Seiring dengan penerapan Pilkada serentak, tantangan dalam penyelenggaraan demokrasi lokal semakin kompleks. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana memastikan seluruh lapisan

masyarakat mendapatkan akses informasi yang memadai sehingga dapat membuat pilihan politik secara rasional. Dalam tahapan kampanye, Komisi Pemilihan Umum (KPU) mengatur pelaksanaan debat publik pasangan calon sebagai salah satu instrumen penting. Sama hal nya dengan yang disampaikan (1) debat publik merupakan salah satu media kampanye dengan interaksi yang efektif bagi calon pemimpin dengan masyarakat, pemimpin dapat menunjukkan kemampuan serta integritasnya dalam menjawab pertanyaan serta merespon isu-isu terkini.

Fenomena rendahnya tingkat kesadaran politik di kalangan masyarakat sering kali disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan informasi terkait politik yang mereka terima. Oleh karena itu, penyelenggaraan pendidikan politik secara luas diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih aktif berpartisipasi dalam proses politik negara, khususnya melalui pemilihan umum atau pilkada (2).

KPU sebagai lembaga penyelenggara pemilu memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa informasi mengenai pasangan calon dapat diakses secara luas oleh pemilih. KPU juga perlu menyusun strategi komunikasi publik yang efektif agar pesan-pesan kampanye dan edukasi politik dapat menjangkau masyarakat secara merata, termasuk pemilih dari kelompok usia muda dan mereka yang tinggal di daerah terpencil. Dalam hal ini, pemanfaatan teknologi digital menjadi sangat krusial, terutama melalui media sosial dan platform streaming seperti YouTube.

Debat publik antar pasangan calon bupati dan wakil bupati memiliki peran penting dalam memberikan informasi kepada pemilih mengenai visi, misi, serta program kerja masing-masing pasangan calon. Penampilan, gaya komunikasi, dan argumentasi para kandidat selama debat dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan pemilih. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa masyarakat saat ini cenderung lebih memilih menonton tayangan ulang debat melalui platform digital seperti YouTube dibandingkan siaran langsung televisi. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran cara masyarakat mengakses informasi politik. Seperti pendapat (3) debat capres yang dilaksanakan secara sistematis dan dapat ditonton secara langsung, sebagai bagian dari rangkaian pemilu, bisa membantu publik memahami calon presiden mereka dengan lebih baik. Demikian pula debat pilkada, tentu dapat membantu publik memahami calon kepala daerah dengan lebih baik.

Perkembangan teknologi komunikasi telah menjadikan media sosial sebagai salah satu saluran utama dalam menjangkau pemilih.(4) Berpendapat bahwa meskipun debat ditayangkan melalui televisi, namun Masyarakat terkesan lebih memilih menonton melalui streaming di YouTube. Penelitian lain juga dilakukan oleh (5) disampaikan bahwa dari rata-rata penggunaan media sosial oleh mahasiswa perhari sekitar 6-12 jam menunjukkan bahwa pengaruh media sosial saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Hal ini tentu semakin meyakinkan bahwa media sosial salah satunya seperti YouTube dapat menjadi alternatif literasi politik. Dalam konteks ini, siaran debat publik yang diunggah ke platform seperti YouTube berpotensi memperluas jangkauan edukasi politik sekaligus memperkuat engagement masyarakat terhadap isu-isu pilkada.

Dalam debat, penampilan, kepribadian, dan kecerdasan kandidat dinilai oleh pemilih, mempengaruhi keputusan mereka dalam pemilu (3). Agar debat ini efektif menjangkau dan memengaruhi pemilih, diperlukan strategi komunikasi publik yang tepat dari KPU sebagai penyelenggara. Strategi tersebut mencakup bagaimana pesan disusun, media yang digunakan, segmen audiens yang dituju, hingga evaluasi terhadap hasil kegiatan. Begitu juga dengan pendapat (6) dalam proses pemilihan kepala daerah (Pilkada), debat calon kepala daerah bukan hanya sebatas acara formal semata. Debat menjadi kesempatan penting bagi para kandidat untuk menunjukkan bukan hanya ide-ide mereka, tetapi juga karakter pribadi serta keterampilan dalam berkomunikasi.

Dalam konteks Pilkada Gunungkidul tahun 2024, penting untuk menganalisis bagaimana KPU menjalankan fungsi komunikasinya melalui debat publik. Namun, meskipun debat publik menjadi salah

satu sarana untuk edukasi pemilih, tidak semua pemilih dapat mengaksesnya dengan mudah, terutama di daerah-daerah tertentu. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana strategi KPU dalam menjangkau pemilih, termasuk melalui pemanfaatan debat pasangan calon dan bagaimana KPU dapat berperan dalam meningkatkan partisipasi pemilih di Kabupaten Gunungkidul, khususnya di kalangan pemilih secara umum.

Namun demikian, efektivitas debat publik dalam menjangkau semua lapisan pemilih masih dipertanyakan. Berdasarkan temuan awal penelitian ini, diketahui bahwa dalam debat publik Pilkada Gunungkidul 2024, KPU tidak secara spesifik mengundang kelompok pemilih pemula. Selain itu, dari pantauan komentar warganet pada tayangan ulang debat di YouTube, sulit untuk mengidentifikasi apakah komentar tersebut berasal dari pemilih pemula atau bukan. Artinya, strategi komunikasi yang diterapkan masih bersifat umum dan belum menyasar secara khusus kelompok-kelompok tertentu. Disisi lain (7) Generasi Z cenderung aktif mengumpulkan informasi mengenai pemilu, tetapi hanya sedikit yang terlibat dalam diskusi politik atau debat di kolom komentar media sosial. Selain itu, mereka jarang menggunakan media sosial sebagai alat untuk memengaruhi keputusan politik orang lain. Informasi politik yang diperoleh lebih banyak digunakan untuk kebutuhan pribadi tanpa disebarluaskan kepada orang lain.

Untuk itu, penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi publik dari Cutlip, Center, dan Broom (2006), strategi komunikasi publik terdiri dari empat tahap, yang membagi proses komunikasi publik ke dalam empat tahap utama, yaitu: (1) *Fact Finding* yaitu pengumpulan informasi dan riset tentang audiens; (2) *Planning* yaitu perumusan pesan, tujuan, dan pemilihan media; (3) *Communication* yaitu pelaksanaan komunikasi; dan (4) *Evaluation* yaitu penilaian efektivitas komunikasi. Teori ini digunakan untuk menganalisis sejauh mana strategi komunikasi publik KPU Kabupaten Gunungkidul dalam menyelenggarakan debat publik telah berjalan secara efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh KPU Kabupaten Gunungkidul dalam menyelenggarakan debat publik pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Gunungkidul pada Pilkada 2024. Fokus utama adalah untuk memahami bagaimana strategi tersebut mampu menjangkau pemilih secara luas, serta mengevaluasi apakah debat publik telah dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan partisipasi dan literasi politik masyarakat. Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami efektivitas debat publik sebagai alat edukasi pemilih dalam Pilkada 2024, serta memberikan wawasan bagi KPU Gunungkidul dan lembaga pemilu lainnya dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menjangkau pemilih secara luas dan meningkatkan partisipasi pemilih di tingkat lokal. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan kajian bagi pihak terkait dalam meningkatkan kualitas pendidikan politik dan komunikasi publik.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan menggambarkan dan menganalisis strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh KPU Kabupaten Gunungkidul dalam pelaksanaan debat publik pada Pilkada 2024. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami fenomena secara mendalam dalam konteks sosial, budaya, dan politik yang melatarbelakanginya, serta mengeksplorasi respons masyarakat, khususnya pemilih, terhadap debat tersebut.

Data dikumpulkan menggunakan tiga Teknik utama, yaitu 1) wawancara mendalam dengan satu anggota KPU Gunungkidul yang dipilih secara purposive, bertujuan memperoleh informasi terkait perencanaan, pelaksanaan, dan strategi komunikasi publik dalam debat publik. Peneliti melakukan wawancara dengan Supami, S.Pd selama 6 jam pada tanggal 11 Mei tahun 2025, 2) Observasi konten

komentar masyarakat pada tayangan ulang debat yang diunggah di platform YouTube, dengan analisis isi terhadap 100 komentar terpilih secara acak dan seimbang dari beberapa channel untuk menangkap persepsi, reaksi, dan respons publik terhadap jalannya debat maupun pasangan calon. Media sosial berperan sebagai saluran utama dalam penyebaran pesan politik yang dapat dengan cepat menjangkau dan memengaruhi opini publik. Melalui platform ini, masyarakat memperoleh informasi politik, seperti berita, unggahan, dan komentar dari pengguna lain. Persepsi publik pun terbentuk melalui interaksi dengan beragam sudut pandang politik yang hadir di media sosial (8), dan 3) Studi dokumentasi, yang mencakup penelaahan terhadap naskah debat, bahan kampanye, serta dokumen lain yang relevan sebagai pelengkap data dan untuk memahami pesan komunikasi yang disampaikan.

Penelitian dilakukan di Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta, sebagai wilayah yang menjadi arena Pilkada 2024. Proses pengumpulan data dilakukan selama periode April hingga Mei 2025, menyesuaikan dengan tahapan pilkada dan serta waktu publikasi tayangan debat publik oleh KPU.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yang melibatkan proses pengkodean data, pengelompokan kode ke dalam tema-tema utama, serta interpretasi makna dari tema tersebut. Analisis ini membantu mengidentifikasi pola strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh KPU serta menggali kecenderungan persepsi pemilih terhadap pelaksanaan debat publik

Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan teknik, yakni dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi serta memverifikasi hasil wawancara kepada narasumber guna memastikan keakuratan dan konsistensi informasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Fact Finding (Pengumpulan Fakta)**

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu anggota KPU Gunungkidul, Supami, terungkap bahwa perencanaan debat publik pasangan calon bupati dan wakil bupati telah disusun sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) dan petunjuk teknis (juknis) yang dikeluarkan oleh KPU RI. Proses pengumpulan fakta dilakukan sejak tahap awal, meliputi penentuan tema debat yang relevan dengan kondisi daerah serta pemilihan media penyiaran. Supami menjelaskan:

*“Perencanaan sudah sesuai SOP dari pusat. Tema disesuaikan dengan kondisi daerah, dan pemilihan TVRI sebagai lembaga penyiaran lokal juga sudah sesuai juknis KPU RI.”* (Wawancara, 11 Mei 2025)

Pemilihan tema yang kontekstual menunjukkan adanya pemahaman terhadap kebutuhan informasi pemilih dan isu strategis lokal. Seluruh pasangan calon diwajibkan mengikuti debat sebagai bagian dari strategi meyakinkan pemilih potensial. Pelaksanaan debat juga diposisikan sebagai sarana pendidikan politik dan media diskursus publik yang transparan.

Sesuai prinsip *fact finding* menurut Cutlip, Center, & Broom (2006), KPU telah mengidentifikasi masalah, memahami khalayak sasaran, dan memilih saluran komunikasi yang tepat. Pemilihan TVRI sebagai mitra penyiaran lokal menjadi langkah strategis untuk menjangkau masyarakat di wilayah dengan keterbatasan akses internet, sementara kanal YouTube KPU Gunungkidul dan siaran TVRI Yogyakarta memperluas jangkauan ke pemilih digital.

Namun, data observasi mengindikasikan bahwa audiens yang hadir dalam *shooting on air* di TVRI berasal dari perwakilan partai politik, pendukung pasangan calon, dan tokoh masyarakat, tanpa melibatkan unsur pemilih pemula. Padahal, kelompok ini memiliki jumlah signifikan di Kabupaten Gunungkidul. Ketidakhadiran mereka di ruang debat berpotensi mengurangi efektivitas pesan untuk segmen tersebut, meskipun akses daring tetap tersedia.

Analisis komentar publik di kanal YouTube KPU menunjukkan respons beragam. Komentar seperti “*Nomor 3 jawaban tegas dan terstruktur...*” mengindikasikan apresiasi, sedangkan kritik seperti “*semua jawaban by teks book...*” mencerminkan ketidakpuasan terhadap gaya komunikasi kandidat. Ini

menegaskan bahwa publik menilai debat tidak hanya dari substansi program, tetapi juga dari cara penyampaiannya.

Dengan demikian, tahapan *fact finding* KPU Gunungkidul telah dilakukan dengan cukup baik, terutama dalam penentuan tema dan pemilihan media. Akan tetapi, celah pada keterlibatan langsung pemilih pemula di lokasi acara menjadi catatan penting, sejalan dengan temuan Rahman (2022) bahwa partisipasi langsung kelompok ini dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap proses demokrasi.

Temuan ini menunjukkan bahwa tahapan *fact finding* oleh KPU Kabupaten Gunungkidul masih bersifat normatif dan berorientasi pada pemenuhan prosedur formal penyelenggaraan debat. Pendekatan ini efektif untuk memastikan kegiatan sesuai aturan, tetapi kurang maksimal dalam menggali preferensi dan kebutuhan berbagai segmen pemilih.

Menurut teori strategi komunikasi publik Cutlip, Center & Broom (2006), *fact finding* idealnya mencakup riset mendalam untuk memahami publik sasaran (*target audience*) dan lingkungan komunikasi. Dalam konteks ini, ketiadaan riset atau survei khusus menyebabkan pesan dan format debat kurang diarahkan secara spesifik kepada kebutuhan semua kelompok pemilih, termasuk pemilih pemula.

Akibatnya, meskipun debat publik berjalan lancar secara teknis dan sesuai aturan, potensi jangkauan dan dampaknya terhadap kelompok pemilih tertentu menjadi terbatas. Hal ini sejalan dengan temuan pada penelitian lain yang menunjukkan bahwa efektivitas debat publik meningkat jika penyelenggara memanfaatkan data preferensi audiens sebagai dasar perencanaan (misalnya riset oleh Nugroho, 2022 tentang Pilkada di Jawa Tengah).

## 2. *Planning* (Perencanaan)

Berdasarkan hasil wawancara dengan anggota KPU Kabupaten Gunungkidul, tahap perencanaan pelaksanaan debat publik Pilkada 2024 dilakukan melalui serangkaian rapat internal dan koordinasi lintas pihak. KPU membentuk tim khusus yang bertugas menyusun konsep debat, termasuk penentuan tema, alokasi waktu, metode penyiaran, serta pemilihan moderator. Tema debat ditetapkan dengan mempertimbangkan isu-isu strategis pembangunan daerah, seperti pemerataan pembangunan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan pelayanan publik.

Perencanaan teknis juga melibatkan koordinasi dengan media penyiaran, dalam hal ini TVRI Yogyakarta, untuk memastikan kesiapan fasilitas dan jadwal siaran. Selain itu, KPU menyusun daftar undangan yang terdiri dari perwakilan partai politik, tokoh masyarakat, dan pemantau pemilu. Namun, dari hasil pengamatan peneliti, unsur pemilih pemula atau pemilih muda tidak secara khusus diundang pada sesi shooting on-air di TVRI, sehingga representasi audiens dari kelompok ini tidak tampak.

Perencanaan yang dilakukan KPU Gunungkidul menunjukkan penerapan strategi komunikasi publik yang sistematis, sesuai dengan teori strategi komunikasi publik Cutlip, Center & Broom (2006), di mana tahap perencanaan menjadi landasan keberhasilan komunikasi publik. Penentuan tema yang relevan dengan kondisi lokal dapat membantu mengarahkan jalannya debat agar informatif dan fokus pada isu prioritas daerah.

Koordinasi dengan media penyiaran juga menjadi bagian penting untuk memastikan jangkauan informasi yang luas kepada masyarakat. Namun, tidak diundangnya unsur pemilih pemula pada kegiatan on-air berpotensi mengurangi efektivitas upaya menjangkau seluruh segmen pemilih, terutama mengingat pemilih pemula merupakan bagian signifikan dari daftar pemilih tetap. Hal ini dapat dilihat sebagai kelemahan dalam tahap perencanaan, karena inklusivitas audiens adalah salah satu faktor yang memengaruhi persepsi publik terhadap keterbukaan dan keberagaman informasi dalam proses demokrasi.

Dengan demikian, meskipun perencanaan KPU secara umum telah sesuai prosedur dan melibatkan koordinasi lintas pihak, aspek representasi kelompok pemilih tertentu, khususnya pemilih pemula masih perlu mendapat perhatian pada pelaksanaan debat publik di masa mendatang.

### 3. *Communication* (Pelaksanaan Komunikasi)

Berdasarkan hasil wawancara dengan anggota KPU Kabupaten Gunungkidul, strategi komunikasi dalam penyelenggaraan debat publik Pilkada 2024 dilakukan melalui berbagai saluran, baik media massa, media sosial, maupun kanal digital resmi KPU. KPU memanfaatkan YouTube resmi KPU Gunungkidul sebagai platform utama siaran langsung (live streaming) untuk menjangkau audiens yang lebih luas, mengingat keterbatasan kapasitas tempat penyelenggaraan debat. Sesuai (9) KPU Gunungkidul menyampaikan informasi penyelenggaraan tahapan pemilu kepada Masyarakat, publikasi informasi debat dilakukan melalui media sosial Instagram, Facebook, dan X (Twitter), disertai kerja sama dengan media lokal untuk menyebarluaskan agenda dan hasil debat.

Hasil pengamatan pada tayangan ulang debat di kanal YouTube KPU Gunungkidul menunjukkan adanya interaksi aktif dari penonton melalui kolom komentar. Beberapa komentar memberikan apresiasi terhadap transparansi dan keberanian kandidat dalam memaparkan visi-misi:

*“Bagus, jadi tahu program masing-masing calon.”*

*“Debatnya jelas, langsung to the point.”*

Namun, terdapat pula komentar yang menyoroti kekurangan, seperti masalah teknis audio dan durasi yang dirasa terlalu singkat:

*“Suaranya kurang jelas di awal, tolong diperbaiki.”*

*“Waktunya mepet, banyak program yang belum sempat dijelaskan.”*

Debat publik Pilkada 2024 yang diselenggarakan oleh KPU Kabupaten Gunungkidul memiliki sejumlah kelebihan yang mendukung efektivitas strategi komunikasi lembaga penyelenggara pemilu. Salah satu kelebihan utama adalah kemampuan debat untuk menjadi sarana penyampaian visi, misi, dan program kerja pasangan calon secara langsung kepada masyarakat. Melalui format debat, pemilih dapat membandingkan gagasan dan argumentasi antar calon secara terbuka, sehingga memudahkan mereka dalam menentukan pilihan secara rasional. Selain itu, siaran langsung melalui kanal YouTube KPU Gunungkidul memperluas jangkauan audiens, termasuk bagi mereka yang tidak dapat hadir secara fisik, serta memberi ruang bagi interaksi publik melalui kolom komentar. Penyajian materi debat yang terstruktur dan moderasi yang relatif tertib juga berkontribusi pada kelancaran jalannya acara.

Namun demikian, terdapat pula sejumlah kekurangan yang perlu menjadi perhatian. Salah satunya adalah keterbatasan durasi, yang menyebabkan jawaban pasangan calon sering kali bersifat ringkas dan tidak mendalam, sehingga tidak semua isu strategis dapat dibahas secara komprehensif. Beberapa segmen debat juga dinilai kaku akibat aturan waktu yang ketat, sehingga interaksi dan pendalaman argumen menjadi terbatas. Dari segi teknis, siaran langsung melalui YouTube masih menghadapi kendala kualitas audio dan visual pada beberapa bagian, yang dapat mengurangi kenyamanan penonton daring. Selain itu, meskipun kolom komentar di YouTube menjadi ruang aspirasi publik, tidak semua tanggapan mencerminkan diskusi substansial; sebagian besar komentar justru bersifat dukungan emosional atau candaan, yang berpotensi mengaburkan esensi debat sebagai forum edukasi politik.

Secara analisis, strategi komunikasi ini sejalan dengan teori strategi komunikasi publik Cutlip, Center, & Broom (2006) yang menekankan pentingnya penyampaian pesan secara efektif, menggunakan saluran yang tepat, dan mempertimbangkan umpan balik audiens. Pemanfaatan platform digital seperti YouTube dan media sosial telah meningkatkan keterjangkauan informasi, namun masih perlu penguatan dalam aspek *responsiveness* terhadap masukan publik.

Kelebihan yang ada menunjukkan bahwa KPU berhasil memaksimalkan media digital sebagai alat komunikasi publik, sedangkan kekurangannya mengindikasikan perlunya manajemen teknis dan interaksi audiens yang lebih baik pada penyelenggaraan debat di masa depan.

#### 4. *Evaluation* (penilaian efektifitas komunikasi)

Berdasarkan hasil wawancara dengan anggota KPU Kabupaten Gunungkidul, evaluasi terhadap pelaksanaan debat publik Pilkada 2024 dilakukan segera setelah kegiatan selesai. KPU menyelenggarakan rapat internal untuk menilai berbagai aspek teknis, mulai dari kesesuaian jalannya acara dengan rencana, kepatuhan terhadap aturan, hingga efektivitas penyampaian visi-misi pasangan calon kepada publik. Evaluasi ini melibatkan tim penyelenggara, moderator, serta pihak terkait lainnya, termasuk stasiun televisi dan media daring yang menyiarkan acara.

Temuan lapangan menunjukkan bahwa evaluasi KPU lebih banyak berfokus pada aspek teknis, seperti kualitas audio-visual, ketepatan waktu, dan pengaturan segmen acara. Hal ini terlihat dari perhatian khusus yang diberikan pada kelancaran siaran langsung di televisi lokal dan kanal YouTube resmi KPU. Meskipun demikian, evaluasi terhadap efektivitas debat dalam mempengaruhi preferensi pemilih belum dilakukan secara sistematis, karena KPU tidak mengadakan survei khusus pascadebat. Akibatnya, masukan terkait respons masyarakat lebih banyak diperoleh secara tidak langsung melalui pengamatan komentar publik di media sosial dan kanal YouTube. Sedangkan menurut (10) setelah debat, survei elektabilitas menjadi salah satu cara untuk mengukur efek debat terhadap preferensi pemilih. Perubahan arah dukungan ini menjadi tolok ukur bagaimana debat mempengaruhi preferensi pemilih terhadap pasangan calon, yang mencerminkan efektivitas debat sebagai alat kampanye.

Dari analisis kolom komentar tayangan ulang debat di YouTube, terlihat beragam tanggapan masyarakat. Sebagian komentar menilai debat ini bermanfaat karena memberikan gambaran jelas tentang kualitas masing-masing pasangan calon, sementara sebagian lainnya mengkritik moderator yang dinilai kurang tegas dalam mengatur waktu atau kurang menggali jawaban pasangan calon. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun secara teknis debat berjalan lancar, ada ruang perbaikan dari sisi manajemen waktu dan pendalaman materi.

Jika dilihat dari perspektif strategi komunikasi publik Cutlip, Center, dan Broom (2006), tahap evaluasi seharusnya tidak hanya mengukur kesesuaian pelaksanaan dengan rencana, tetapi juga mengkaji dampak kegiatan terhadap persepsi publik. KPU Gunungkidul telah melakukan evaluasi internal yang baik dari sisi teknis, namun aspek penilaian terhadap capaian tujuan komunikasi yakni sejauh mana debat publik meningkatkan pemahaman dan partisipasi pemilih masih dapat ditingkatkan. Penggunaan instrumen evaluasi yang lebih komprehensif, seperti survei opini publik atau forum diskusi pascadebat, akan membantu KPU memperoleh gambaran yang lebih akurat tentang keberhasilan program ini.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh KPU Kabupaten Gunungkidul dalam penyelenggaraan debat publik Pilkada 2024 telah melalui tahapan *fact finding*, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi sesuai teori Cutlip, Center, dan Broom (2006). Pada tahap *fact finding*, KPU berhasil mengumpulkan data dan menentukan tema debat yang relevan serta memilih media penyiaran yang tepat, seperti TVRI dan kanal YouTube, untuk memperluas jangkauan audiens. Namun, pada tahap pelaksanaan, keterlibatan khusus terhadap pemilih pemula masih minim, baik dalam undangan langsung maupun segmentasi pesan pada media sosial.

Pemanfaatan media digital seperti YouTube dan media sosial berhasil meningkatkan keterjangkauan informasi serta membuka ruang interaksi publik, meskipun terdapat kendala teknis dan keterbatasan durasi yang membatasi kedalaman materi debat. Evaluasi yang dilakukan lebih berfokus pada aspek teknis pelaksanaan tanpa evaluasi sistematis terhadap dampak debat terhadap persepsi dan partisipasi pemilih.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi publik KPU cukup efektif menjangkau pemilih umum, tetapi kurang optimal dalam mengakomodasi kebutuhan pemilih pemula.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar KPU Kabupaten Gunungkidul memperkuat segmentasi audiens dalam perencanaan strategi komunikasi, khususnya dengan memasukkan pemilih pemula sebagai target utama. Pendekatan khusus seperti undangan langsung kepada pemilih muda dan penyesuaian pesan dengan karakteristik serta media yang sering digunakan oleh mereka perlu dikembangkan. Selain itu, perbaikan teknis penyelenggaraan debat, termasuk kualitas audio-visual dan pengelolaan waktu yang lebih fleksibel, perlu diperhatikan agar penyampaian informasi lebih efektif.

KPU juga dianjurkan mengembangkan instrumen evaluasi yang lebih komprehensif, seperti survei opini publik dan forum diskusi pascadebat, untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang dampak debat terhadap literasi politik dan partisipasi pemilih. Dengan demikian, strategi komunikasi publik KPU dapat lebih optimal dalam meningkatkan partisipasi dan literasi politik pemilih pada Pilkada maupun pemilu mendatang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi selama proses penelitian ini.

Terima kasih saya sampaikan kepada dosen pembimbing, Bapak Dr. Supardal, M.Si., yang dengan sabar memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat berharga. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada seluruh anggota KPU Gunungkidul yang telah meluangkan waktu untuk wawancara dan memberikan informasi yang sangat bermanfaat bagi kelancaran penelitian ini.

Selain itu, saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung, termasuk keluarga, teman-teman, serta rekan-rekan yang selalu memberikan dukungan moral. Tanpa bantuan dan kerja sama dari semua pihak, penelitian ini tidak akan dapat terwujud dengan baik.

Semoga apa yang saya lakukan melalui penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang demokrasi dan pemilu.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Rahayu ZR. Gaya Bahasa Mengkritik Debat Publik Pasangan Calon Presiden Republik Indonesia. Pros Konf Lingust Tah Atma Jaya [Internet]. 2024;22(Prosiding KOLITA 22):424–33. Available from: GAYA BAHASA MENGKRITIK DEBAT PUBLIK PASANGAN CALON%0APRESIDEN REPUBLIK
2. Triono T. Pemilu dan Urgenitas Pendidikan Politik Masyarakat dalam Mewujudkan Pemerintahan yang Baik. J Agreg Aksi Reformasi Gov dalam Demokr. 2017;5(2).
3. Ludvianto M, Arifani W. Retorika Persuasif Dalam Debat Calon Presiden Indonesia 2019: Sebuah Analisis Komunikasi Performatif. J Ilmu Komun [Internet]. 2020;7(1):41–50. Available from: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika>
4. Juditha C, Darmawan JJ. Analisis Jaringan Komunikasi Warganet Pada Debat Publik Calon

- Presiden-Wakil Presiden Pemilu 2024 di Media Sosial Analysis of Netizen Communication Networks in the Public Debate of Presidential-Vice Presidential Candidates for the 2024 Election on Social. Pekommas. 2024;9(3):131–44.
5. Bao B, Samosir PA. Utilitas Media Sosial Dalam Peningkatan Literasi Politik Mahasiswa Universitas Sains Dan Teknologi Jayapura. Dinamis. 2021;18(2):125–35.
  6. Evi Kurnia. Reformulasi Pengaturan Debat Publik Pada Calon Tunggal Dalam Pilkada Berdasarkan Prinsip Efektivitas Pemilu. Tolis Ilm J Penelit [Internet]. 2022;7(1):8–16. Available from: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>
  7. Putricia ND, Febriyanti AI, Puteri ND, Syukriya AR, Puspita AMI. Studi Literatur: Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Gen Z (Zoomers). Retorika J Komunikasi, Sos dan Ilmu Polit. 2024;1(2):74–82.
  8. Salman Farid A. Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik Dan Persepsi Publik. QAULAN J Komun dan Penyiaran Islam. 2023;4(1):45–50.
  9. Presiden Republik Indonesia. UU Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Undang Pemilu [Internet]. 2017; Available from: <http://rumahpemilu.org/wp-content/uploads/2017/08/UU-No.7-Tahun-2017-tentang-Pemilu.pdf>
  10. Citra Widayanti, Yulita Nilam Fridiyanti. Analisis Pengaruh Debat Calon Presiden 2024 Pertama Terhadap Elektabilitas Calon Presiden Perspektif Pandangan Masyarakat. J Soc Econ Res. 2024;5(2):1720–31.
  11. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Gunungkidul. (2025). *Wawancara dengan Anggota KPU Gunungkidul*. 11 Mei 2025.
  12. TVRI Yogyakarta. (2024). *Debat Pilkada Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Gunungkidul Putaran III* [Video]. Kanal YouTube Resmi TVRI Yogyakarta. <https://www.youtube.com/watch?v=NUcd0QoSjM>.
  13. TVRI Yogyakarta. (2024). *Debat Pilkada Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati Kabupaten Gunungkidul Putaran I* [Video]. Kanal YouTube Resmi TVRI Yogyakarta. [https://www.youtube.com/watch?v=StuDcH7\\_8zg](https://www.youtube.com/watch?v=StuDcH7_8zg).
  14. KPU Gunungkidul. (2024). *Debat Putaran Pertama Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Gunungkidul 2024* [Video]. Kanal YouTube Resmi KPU Gunungkidul. <https://www.youtube.com/watch?v=FHH6vnEvGBU>.
  15. KPU Gunungkidul. (2024). *Debat Putaran Kedua Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Gunungkidul 2024* [Video]. Kanal YouTube Resmi KPU Gunungkidul. <https://www.youtube.com/watch?v=w-VAYf4ktuU>
  16. KPU Gunungkidul. (2024). *Debat Putaran Ketiga Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Gunungkidul 2024* [Video]. Kanal YouTube Resmi KPU Gunungkidul. [https://www.youtube.com/watch?v=2AW7Bj\\_ZyVA](https://www.youtube.com/watch?v=2AW7Bj_ZyVA)