



Digital Receipt

This receipt acknowledges that **Turnitin** received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

1%

SIMILARITY INDEX

Submission author: Rina Juwita
Assignment title: Tulisan 1
Submission title: Komunikasi Efektif dalam Kampanye..
File name: pdf_Komunikasi_Efektif_dalam_Kam..
File size: 87.71K
Page count: 4
Word count: 1,325
Character count: 8,777
Submission date: 23-Feb-2021 09:46PM (UTC+0700)
Submission ID: 1516149852

Komunikasi Efektif dalam Kampanye Pemilu

ADVERTISEMENT

PROKAL.CO,

Oleh: **Rina Juwita**

KAMPANYE jelang pemilihan presiden dan anggota legislatif baru saja resmi dimulai dengan penandatanganan komitmen pemilu damai pada Minggu (23/9) lalu. Meski demikian, demam pemilu yang biasanya ditandai dengan janji dan harapan, umpatan dan persaingan terhadap mereka yang berbeda afiliasi politik telah dilancarkan beberapa saat sebelumnya.

Bahkan mungkin akan semakin banyak bertaburan mendekati hari pelaksanaan pemilu. Oleh karena itu, pengembangan strategi komunikasi efektif harus dilakukan. Ini merupakan hal yang sangat sulit tetapi juga paling penting selama proses kampanye pemilu berlangsung.

ADVERTISEMENT

Di balik layar pemilu saat ini, partai politik menyibukkan diri merancang strategi, menyusun kendaraan perang dan mengumpulkan sumber daya untuk Pemilu 2019. Berbagai bentuk histeria komunikasi dan hubungan publik terjadi di koridor markas besar partai-partai politik.

Kampanye memang selalu menjadi alat komunikasi yang penting selama pemilu berlangsung. Tetapi dalam konteks saat ini, ketika berbagai informasi berseliweran dan dengan mudahnya mendisrupsi realita di lapangan, maka kampanye yang efektif tentu sangatlah krusial untuk dilakukan (oleh para kandidat) dan didapatkan (oleh para pemilih).

Bagi banyak orang, kata-kata 'pemilu' memunculkan gambaran-gambaran seperti antrian panjang di TPS, patronase politik, pesan-pesan yang membosankan, janji-janji palsu, atau bahkan jalan singkat para kandidat untuk sekadar menjadi kaya karena proyek politik.

Persepsi bahwa para politisi hanya tertarik untuk mendengarkan pandangan dan aspirasi publik ketika menjelang pemilu sehingga kampanye yang mereka lakukan secara spesifik hanya menasar mereka yang kebetulan hidup sebagai bagian dari konstituen marjinal. Seperti yang terjadi pada waktu-waktu lalu. Ini menjadi tantangan besar bagi para kandidat di era keterbukaan dan transparansi informasi.

Hilangnya Kepercayaan

Masyarakat tampaknya masih banyak yang kehilangan kepercayaannya terhadap proses politik di negeri ini. Tingkat partisipasi pemilih pada Pilkada 2018 kemarin hanya mencapai 73,24 persen, di bawah target yang ditetapkan oleh KPU dan juga lebih rendah daripada Pilkada 2017 lalu.

Jumlah partai politik bertambah, tetapi orang yang bergabung dengan partai politik tidak mengalami banyak perubahan. Bahkan tingkat kepercayaan publik terhadap lembaga politik