

ABSTRAK

Selama ini tingginya tingkat partisipasi pemilih perempuan dalam pemilihan umum dianggap salah satu factor indikasi keberhasilan pemilu, yang mana didalamnya termasuk berhasilnya strategi sosialisasi kepada pemilih perempuan yang dilakukan oleh KPU kabupaten Bantul sebagai penyelenggara pemilu. Pada Pemilihan serentak lanjutan 2020, Indonesia berada dalam masa pandemi COVID-19, sehingga ada kekhawatiran diberbagai pihak akan rendahnya tingkat partisipasi pemilih. Penelitian ini untuk melihat strategi sosialisasi yang dilakukan KPU Kabupaten Bantul dalam pemilu serentak lanjutan 2020 dan evaluasi akan kegiatan sosialisasi yang dilakukan KPU Kabupaten Bantul pada masa pandemi COVID-19 pada tahun 2020.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, dimana dalam penelitian ini menjelaskan strategi yang digunakan KPU Kabupaten Bantul dalam melakukan sosialisasi pemilih perempuan, dan melihat hambatan yang ada baik dari tingkat Kabupaten sampai dengan di tingkat penyelenggara ad hoc. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi sosialisasi dengan menggandeng tokoh masyarakat, organisasi perempuan, strategi melalui *WhatsApp Group* lebih mengenai sasaran pemilih perempuan daripada melalui media sosial lain. Selain itu ditemukan juga factor penyelenggara pemilu ditingkat *ad hoc* yang kurang tanggap akan kemajuan teknologi informasi mempengaruhi dalam penyampaian informasi ke pemilih perempuan dan kurang tertarik dan pasifnya pemilih perempuan akan bahan sosialisasi yang di unggah melalui media sosial milik penyelenggara pemilu.

Kata Kunci : pandemi, pemilih perempuan, sosialisasi pemilih, partisipasi pemilu

ABSTRACT

So far, the high level of participation of female voters in general elections is considered one of the factors indicating the success of the election, which includes the success of the socialization strategy to women voters carried out by the General Elections Commission of Bantul Regency as the general elections organizer. In the 2020 follow-up simultaneous elections, Indonesia is in the middle of the COVID-19 pandemic, so there are concerns on the part of various parties about the low level of voters turnout. This research is to look at the socialization strategy carried out by the General Elections Commission of Bantul Regency in the 2020 concurrent general elections and evaluate the socialization activities carried out by the General Elections Commission of Bantul Regency during the COVID-19 pandemic in 2020.

This research uses the case study method, which describes the strategy used by the General Elections Commission of Bantul Regency in socializing women voters and looking at the existing obstacles both from the district level to the level of ad hoc organizers. The results of this study indicate that the socialization strategy by collaborating with community leaders, and women's organizations, and the strategy through the WhatsApp Group is more about targeting female voters than through other social media. In addition, it was also found that general elections administrators at the ad hoc level were not responsive to advances in information technology affecting the delivery of information to women voters and the lack of interest and passivity of female voters in socialization materials uploaded via social media owned by general elections organizers.

Keywords: pandemic, female voters, voters socialization, general elections participation