

**PERAN HUMAS KPU SUMENEP DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK
MELALUI KIRAB MASKOT PILKADA 2024**

Dian Asmita Aisyah¹, Hadiati², Yunita Sari³

^{1,2,3}Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Email Korespondensi: aisyah.dianasmita@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of the Public Relations Division of the General Election Commission (KPU) of Sumenep Regency in building public trust through the 2024 Simultaneous Regional Election (Pilkada) Mascot Parade. This research employed a qualitative approach within a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews, observations, and document analysis related to the implementation of the 2024 Pilkada Mascot Parade in Sumenep Regency. Data validity was strengthened through source, data, theory, and method triangulation. The study applied Social Construction Theory as the grand theory, Excellence Theory as the middle-range theory, and Situational Crisis Communication Theory as the applied theory. The findings reveal that the KPU Public Relations Division played an active role in disseminating information, establishing two-way communication, and encouraging community engagement through the Mascot Parade. The activity successfully increased public enthusiasm, symbolic participation, and trust in the electoral process. However, voter turnout in the 2024 Pilkada reached only 74.80%, falling short of the targeted 80%. The study concludes that the 2024 Pilkada Mascot Parade was effective as a public communication strategy for strengthening public trust in the KPU of Sumenep Regency, although it was not fully successful in increasing electoral participation to the expected level.

Keywords: Public relations, KPU Sumenep, Public trust, Voter participation.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Humas Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Sumenep dalam membangun kepercayaan publik melalui kegiatan Kirab Maskot Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Serentak Tahun 2024. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen yang berkaitan dengan pelaksanaan Kirab Maskot Pilkada 2024 di Kabupaten Sumenep. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber, data, teori, dan metode. Penelitian ini menggunakan Teori Konstruksi Sosial sebagai *grand theory*, *Excellence Theory* sebagai *middle theory*, serta *Situational Crisis Communication Theory* sebagai *applied theory*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas KPU Kabupaten Sumenep berperan aktif dalam menyampaikan informasi, membangun komunikasi dua arah, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui kegiatan Kirab Maskot Pilkada 2024. Kegiatan tersebut berhasil meningkatkan antusiasme, partisipasi simbolik, dan kepercayaan publik terhadap penyelenggaraan Pilkada. Namun demikian, tingkat partisipasi pemilih pada Pilkada 2024 hanya mencapai 74,80% dan belum memenuhi target sebesar 80%. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Kirab Maskot Pilkada 2024 efektif sebagai sarana komunikasi publik untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap KPU Kabupaten Sumenep, meskipun belum sepenuhnya mampu meningkatkan partisipasi elektoral sesuai target yang ditetapkan.

Kata kunci: Hubungan Masyarakat, KPU Sumenep, Kepercayaan publik, Komunikasi publik.

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan salah satu instrumen demokrasi yang memiliki peran penting dalam menentukan kepemimpinan daerah secara langsung oleh masyarakat. Keberhasilan penyelenggaraan Pilkada tidak hanya ditentukan oleh aspek administratif dan teknis, tetapi juga oleh

tingkat partisipasi masyarakat sebagai pemegang kedaulatan dalam sistem demokrasi. Tingginya partisipasi pemilih mencerminkan keterlibatan warga negara dalam proses politik sekaligus menjadi indikator legitimasi terhadap hasil pemilihan. Sebaliknya, rendahnya partisipasi pemilih dapat menunjukkan adanya persoalan kepercayaan publik terhadap proses maupun penyelenggara pemilu. Oleh karena itu, penyelenggara pemilu dituntut tidak hanya mampu menjalankan tahapan pemilihan secara profesional, tetapi juga membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman, keterlibatan, dan kepercayaan publik terhadap proses demokrasi yang berlangsung.

Dalam konteks penyelenggaraan pemilu di Indonesia, Komisi Pemilihan Umum (KPU) memiliki tanggung jawab untuk memastikan seluruh tahapan pemilihan berjalan secara transparan, akuntabel, dan partisipatif. Namun, berbagai dinamika yang terjadi dalam penyelenggaraan pemilu sering kali memengaruhi persepsi publik terhadap lembaga tersebut. Beberapa kasus yang mendapatkan perhatian publik, termasuk pemberhentian Ketua KPU RI oleh Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) serta berbagai kritik terhadap penyelenggaraan pemilu di daerah, berpotensi memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap institusi penyelenggara pemilu (Dewi & Novita, 2025, hal. 175).

Dilansir dari situs detik.com (Muliawati, 2024), Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) memberhentikan Hasyim Asy'ari dari jabatannya sebagai Ketua KPU RI. Hasyim diberhentikan karena terbukti bersalah dalam perkara dugaan tindak asusila terhadap seorang Panitia Pemilihan Luar Negeri (PPLN) untuk wilayah Eropa. Serta kasus Wahyu Setiawan, Anggota KPU RI yang disuap oleh Harun Masiku agar bisa lolos menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) (Wahyuni, 2024).

Provinsi Jawa Timur merupakan provinsi dengan populasi terbanyak di Indonesia berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur, Jumlah penduduk Provinsi Jawa Timur pada tahun 2023 tercatat sebanyak 41.644.099 jiwa (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2025). Provinsi Jawa Timur kerap dianggap sebagai salah satu penyumbang suara terbesar dalam berbagai ajang politik, baik di tingkat nasional maupun daerah. Tingkat partisipasi pemilih di wilayah ini menjadi salah satu penanda penting dalam menilai kualitas demokrasi yang berlangsung di Indonesia.

Di Kabupaten Sumenep, misalnya, muncul protes masyarakat terkait dugaan tidak terdistribusinya surat pemberitahuan pemungutan suara pada Pilkada 2024 yang memunculkan perhatian publik terhadap kinerja penyelenggara pemilu. Situasi tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan publik menjadi aspek penting yang perlu terus dibangun dan dipelihara oleh KPU sebagai lembaga publik (Robet, 2024).

Kabupaten Sumenep menjadi salah satu daerah yang menarik untuk dikaji dalam konteks partisipasi politik masyarakat. Data historis menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pemilih dalam pemilihan kepala daerah cenderung lebih rendah dibandingkan partisipasi pada pemilihan presiden. Selama beberapa periode Pilkada, jumlah masyarakat yang tidak menggunakan hak pilih masih tergolong tinggi dan menjadi tantangan bagi penyelenggara pemilu. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat dalam kontestasi politik lokal belum optimal meskipun pemilihan kepala daerah memiliki dampak langsung terhadap kehidupan masyarakat di daerah. Fenomena tersebut mengindikasikan perlunya upaya komunikasi publik yang mampu meningkatkan kesadaran politik sekaligus membangun kepercayaan masyarakat terhadap pentingnya menggunakan hak pilih dalam Pilkada.

KPU Kabupaten Sumenep mengatakan tingkat partisipasi pemilih dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati selalu menunjukkan angka rendah. Dilansir dari (Nurullah, Nurdianto, & Dani, 2020), Ketua KPU Kabupaten Sumenep, A. Warits menyatakan, "Berdasarkan pengalaman, tingkat partisipasi masyarakat dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), Bupati dan Wakil Bupati berkisar 60 persen." Tahun 2024, tingkat partisipasi pemilih dalam Pilkada Serentak 2024 ditargetkan sebesar 80 persen oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sumenep. Jika dibandingkan dengan Pilkada Kabupaten Sumenep sebelumnya, target ini lebih tinggi, di mana partisipasi pemilih saat itu 75 persen (Madura, 2024).

Upaya meningkatkan partisipasi dan kepercayaan publik, peran Hubungan Masyarakat (Humas) menjadi sangat penting. Humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penghubung antara organisasi dan publik yang berperan membangun hubungan saling percaya melalui komunikasi yang terbuka dan partisipatif. Pada lembaga penyelenggara pemilu, Humas memiliki tanggung jawab untuk mengomunikasikan berbagai tahapan pemilihan, memberikan edukasi politik kepada masyarakat, serta membangun citra positif lembaga melalui berbagai program komunikasi publik. Melalui

fungsi tersebut, Humas berkontribusi dalam menciptakan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya partisipasi politik sekaligus memperkuat legitimasi institusi penyelenggara pemilu.

Tabel 1. Rekapitulasi Jumlah Pemilih Tetap Tidak Menggunakan Hak Pilih di Kabupaten Sumenep

No.	Tahun Pemilihan	Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur	Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Sumenep	Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden RI
1	2004 (Putaran I)	-	-	178.880
2	2004 (Putaran II)	-	-	224.668
3	2008 (Putaran I)	318.872	-	-
4	2008 (Putaran II)	364.222	-	-
5	2009	-	-	296.269
6	2010 (Putaran I)	-	321.957	-
7	2010 (Putaran II)	-	401.970	-
8	Tahun 2013	400.912	-	-
9	Tahun 2014	-	-	368.518
10	Tahun 2015	-	304.727	-
11	Tahun 2018	394.548	-	-
12	Tahun 2019	-	-	161.891
13	Tahun 2020	-	203.468	-

Sumber: KPU Kabupaten Sumenep, 2025

Salah satu upaya komunikasi yang dilakukan KPU Kabupaten Sumenep dalam penyelenggaraan Pilkada Serentak Tahun 2024 adalah melalui kegiatan Kirab Maskot Pilkada 2024. Kegiatan ini merupakan bagian dari program sosialisasi yang menggabungkan unsur komunikasi publik, budaya lokal, dan partisipasi masyarakat. Kirab Maskot Pilkada tidak hanya berfungsi sebagai media penyebarluasan informasi mengenai tahapan pemilihan, tetapi juga menjadi sarana pendekatan emosional antara KPU dan masyarakat melalui berbagai kegiatan yang melibatkan komunitas lokal. Pelaksanaan kirab di Kabupaten Sumenep memiliki karakteristik yang unik karena menjangkau wilayah daratan, pesisir, hingga kepulauan, sehingga memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas kepada masyarakat dengan latar belakang sosial dan budaya yang beragam. Melalui pendekatan tersebut, KPU berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi dalam Pilkada sekaligus memperkuat kepercayaan terhadap penyelenggara pemilu.

Pelaksanaan kirab ini mengacu pada dasar hukum berupa UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, Peraturan KPU Nomor 2 Tahun 2024 mengenai tahapan dan jadwal pilkada, serta Surat Edaran KPU No. 309 Tahun 2024 yang memuat pelaksanaan kirab secara serentak di wilayah Jawa Timur. Selain sebagai ajang sosialisasi, kirab ini juga menandai selesainya tahapan pemutakhiran data pemilih oleh petugas pantarlih. Di sisi lain, kirab maskot turut menjadi ruang ekspresi budaya yang menyatukan keberagaman seni dan tradisi lokal yang ada di Provinsi Jawa Timur.

Mengacu pada Surat Edaran Ketua KPU Provinsi Jawa Timur Nomor 309 Tahun 2024 tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024 di Jawa Timur, bahwa Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024 menjadi program kegiatan yang akan dilaksanakan oleh KPU Provinsi Jawa Timur dan seluruh KPU Kabupaten/Kota di wilayah Jawa Timur (KPU Kabupaten Sumenep, 2024, hal. 1).

Kegiatan Kirab sebagaimana dimaksud dibagi menjadi 2 (dua) jalur yaitu Jalur 1 dimulai dari Kabupaten Sumenep untuk melintasi 18 (delapan belas) Satuan Kerja KPU Kabupaten/Kota, adapun Jalur 2 dimulai dari Kabupaten Pacitan juga untuk melintasi 18 (delapan belas) Satuan Kerja KPU Kabupaten/Kota, pada akhirnya akan bermuara di Kota Surabaya yang menjadi kedudukan KPU Provinsi Jawa Timur (KPU Kabupaten Sumenep, 2024, hal. 1). Pelaksanaan Kirab Jalur 1 yang dimulai dari

Kabupaten Sumenep terjadwal mulai 24 Juli 2024 dan akan diserahkan secara estafet ke Kabupaten Pamekasan pada 27 Juli 2024 (KPU Kabupaten Sumenep, 2024, hal. 1).

Dalam hal ini yang dikirab adalah Maskot Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur “Si Jalih” yang merupakan akronim dari “Jawa Timur Memilih” serta Maskot Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Sumenep “Si Busok” yang merupakan akronim dari “Siap Bebas Umum Serentak Orientasi Kesejahteraan” (KPU Kabupaten Sumenep, 2024, hal. 1). Hal lainnya yang membuat Kirab Maskot Pilkada Serentak 2024 di Kabupaten menarik karena diselenggarakan selama 4 (empat) hari yang tersebar di 3 titik guna memasifkan informasi untuk Masyarakat Kabupaten Sumenep.

Adapun yang menjadi latar belakang pelaksanaan kegiatan Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024 di Kabupaten Sumenep sebagai salah satu metode sosialisasi yang melibatkan Masyarakat Kabupaten Sumenep untuk memperkenalkan maskot Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur serta Maskot Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Sumenep pada pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2024 (KPU Kabupaten Sumenep, 2024, hal. 1). Hal yang lebih substansial adalah kegiatan kirab sebagai sarana representasi integrasi keanekaragaman kultur budaya Masyarakat Kabupaten Sumenep yang mempunyai pesan inti untuk mengajak masyarakat menggunakan hak pilihnya pada 27 November 2024 untuk memilih Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur serta Bupati dan Wakil Bupati Sumenep (KPU Kabupaten Sumenep, 2024, hal. 2).

Hal yang membuat kirab maskot pilkada serentak 2024 di Kabupaten Sumenep menarik dan berbeda dari daerah lainnya dikarenakan letak geografis Kabupaten Sumenep yang terdiri dari daratan dan pulau-pulau kecil, sehingga menjangkau hingga pelosok. Rute kirab yang memadukan kawasan perkotaan, pedesaan, pesisir dan juga keterlibatan Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) dan Panitia Pemungutan Suara (PPS) di tingkat desa/kelurahan untuk berkontribusi dalam memberikan konsep acara.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai referensi ilmiah untuk memetakan kebaruan dan mendukung landasan teori. Penelitian pertama yakni “Peran Kehumasan Dalam Meningkatkan Efektivitas Sistem Pelayanan Informasi di Kantor Kepala Desa Pauh Timur Kecamatan Pariaman Tengah” yang ditulis oleh Rivana Izzati Syahra, dan Yuliandre Darwis, Universitas Andalas, pada Tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran humas dalam meningkatkan efektivitas sistem pelayanan informasi di Kantor Kepala Desa Pauh Timur Kecamatan Pariaman Tengah Kota Pariaman. Teori yang digunakan yakni Teori Humas dan Teori Peran Humas yang berfungsi untuk menganalisa bagaimana peran humas dalam meningkatkan efektivitas sistem pelayanan informasi di Kantor Kepala Desa Pauh Timur Kecamatan Pariaman Tengah Kota Pariaman (Izzati & Darwis, 2024, hal. 363).

Hasil penelitian menjelaskan bahwa fungsi kehumasan berperan signifikan dalam memperkuat efektivitas pelayanan informasi di Kantor Kepala Desa Pauh Timur, Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman (Izzati & Darwis, 2024, hal. 363). Persamaan penelitian terletak pada bidang yang dibahas yakni terkait kehumasan, dan metode penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terletak pada lokasi penelitian yang berfokus Kepala Desa Pauh Timur Kecamatan Pariaman Tengah, sedangkan penelitian ini berfokus pada KPU Kabupaten Sumenep. Objek penelitian yang berbeda, pada penelitian terdahulu berfokus mengetahui untuk mengkaji peran humas dalam meningkatkan efektivitas sistem pelayanan informasi sedangkan penelitian ini berfokus pada peran hubungan masyarakat dalam membangun kepercayaan publik melalui Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024. Perbedaan Teori yang digunakan, karena peneliti menggunakan Teori Konstruksi Sosial, *Excellence Theory*, dan *Situational Communication Crisis Theory* (Izzati & Darwis, 2024, hal. 363).

Penelitian lainnya yakni “Kegiatan Humas Melalui Website Terhadap Pembentukan Citra Pemerintah Kabupaten Aceh Barat” yang ditulis oleh Julian Elítear, Humaizi, dan Dayana dari Universitas Sumatera Utara pada Tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis arsitektur informasi, konten, tata kelola, desain website, menganalisis citra Pemerintah Kabupaten Aceh Barat, dan menganalisis seberapa besar hubungan kegiatan humas melalui *website* (arsitektur informasi *website*, konten *website*, tata Kelola *website*, desain *website*) terhadap pembentukan citra Pemerintah Kabupaten Aceh Barat. Teori yang digunakan yakni *Cyber Public Relations*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa kegiatan Humas melalui *website* Aceh Barat yang terdiri dari arsitektur informasi *website* menunjukkan hasil bagus, konten *website* menunjukkan hasil yang kurang bagus, tata kelola *website* menunjukkan hasil kurang bagus, desain

website menunjukkan hasil bagus. Temuan terkait citra Pemerintah Aceh Barat dari *personality, reputation, value, corporate identity* menunjukkan hasil rata-rata bagus. Persamaan penelitian terletak pada bidang yang dibahas yakni terkait kehumasan. Perbedaan penelitian terletak pada lokasi penelitian yang berfokus kepada Pemerintah Kabupaten Aceh Barat, sedangkan penelitian ini berfokus pada KPU Kabupaten Sumenep, objek penelitian, teori yang digunakan, dan juga jenis penelitian yang menggunakan metode kuantitatif sedangkan penulis melakukan penelitian dengan metode kualitatif (Elitear, Humaizi, & Dayana, n.d., hal. 33).

Penelitian selanjutnya yang berjudul “Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara Untuk Meningkatkan Citra Positif” ditulis oleh Redianto Sinaga, Suwardi Lubis, dan Dayana dari Universitas Sumater Utara pada Tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *media relations* yang diterapkan dalam menjalin hubungan media, hambatan-hambatan yang dihadapi dalam menjalankan strategi *media relations* tersebut maupun model hubungan yang tercipta antara Humas dengan media. Teori yang digunakan yakni *Media Relations*. Hasil penelitian menjelaskan upaya Humas Pemkab Tapanuli Utara melakukan strategi mengelola relasi, mengembangkan strategi dan mengembangkan jaringan sebagai upaya meningkatkan citra positif. Namun strategi *media relations* yang diimplementasikan kurang efektif karena beberapa permasalahan yang dihadapi. Persamaan penelitian terletak pada bidang yang dibahas yakni terkait kehumasan, sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terletak pada lokasi penelitian yang berfokus kepada Pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara, sedangkan penelitian ini berfokus pada KPU Kabupaten Sumenep, objek penelitian, teori yang digunakan (Sinaga, Lubis, & Dayana, 2020, hal. 68).

Berdasarkan uraian tersebut, kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada fokus kajian mengenai peran Humas KPU Kabupaten Sumenep dalam membangun kepercayaan publik melalui Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024 sebagai Upaya komunikasi publik yang memadukan sosialisasi politik dengan pendekatan budaya lokal. Penelitian ini tidak hanya menelaah fungsi komunikasi humas dalam penyebaran informasi, tetapi juga menganalisis bagaimana kegiatan kirab berkontribusi terhadap pembentukan persepsi positif dan kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggara pemilu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Humas KPU Kabupaten Sumenep dalam membangun kepercayaan publik melalui Kirab Maskot Pilkada 2024, mengidentifikasi upaya komunikasi yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut, serta menjelaskan kontribusinya terhadap peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap KPU Kabupaten Sumenep sebagai penyelenggara Pilkada.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai komunikasi Humas di lembaga penyelenggara pemilu, sekaligus menawarkan rekomendasi praktis untuk meningkatkan partisipasi pemilih di masa mendatang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif untuk memahami secara mendalam peran Humas Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Sumenep dalam membangun kepercayaan publik melalui kegiatan Kirab Maskot Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Serentak Tahun 2024 (Nanda, 2025). Penelitian dilaksanakan dengan paradigma konstruktivis yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi melalui interaksi antara individu dan lingkungannya (Kriyantono, 2020, hal. 23–26). Metode studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada satu fenomena spesifik, yaitu pelaksanaan Kirab Maskot Pilkada 2024 di Kabupaten Sumenep sebagai upaya komunikasi publik dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggara pemilu. Melalui desain ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai konteks, proses, serta dinamika yang terjadi selama pelaksanaan kegiatan kirab (Sari, 2024, hal. 153).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, studi dokumentasi, dan studi literatur (Sugiyono, 2020, hal. 203). Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin kredibilitas temuan penelitian, dilakukan triangulasi sumber, triangulasi data, triangulasi teori, dan triangulasi metode

sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan secara lebih akurat peran Humas KPU Kabupaten Sumenep dalam membangun kepercayaan publik melalui Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024.

PEMBAHASAN

Aktivitas Kehumasan KPU Kabupaten Sumenep

Berdasarkan hasil penelitian, Humas KPU Kabupaten Sumenep menjalankan berbagai aktivitas kehumasan baik secara internal maupun eksternal dalam upaya membangun kepercayaan publik melalui kegiatan Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024. Secara internal, aktivitas kehumasan diwujudkan melalui koordinasi lintas divisi yang melibatkan pimpinan, divisi sosialisasi dan pendidikan pemilih, serta jajaran penyelenggara di tingkat kecamatan dan desa. Koordinasi tersebut bertujuan untuk memastikan keseragaman pesan, efektivitas pelaksanaan program, dan terciptanya sinergi kelembagaan dalam menjalankan fungsi komunikasi publik. Sementara itu, secara eksternal Humas KPU Kabupaten Sumenep memanfaatkan berbagai saluran komunikasi seperti media massa, media daring, media sosial, *influencer* lokal, serta kegiatan tatap muka yang dikemas melalui Kirab Maskot Pilkada seperti yang dilampirkan pada figur 1. Upaya ini memungkinkan informasi terkait tahapan Pilkada menjangkau masyarakat secara lebih luas, termasuk masyarakat yang berada di wilayah kepulauan dan daerah terpencil.

Figur 1: Media Sosial KPU Kabupaten Sumenep



Sumber: Dokumentasi peneliti

Temuan penelitian menunjukkan bahwa aktivitas kehumasan yang dilakukan KPU Kabupaten Sumenep berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan publik. Hal ini terlihat dari meningkatnya antusiasme masyarakat dalam mengikuti kegiatan kirab seperti gambar yang dilampirkan pada figur 2, tingginya eksposur media, serta munculnya persepsi positif masyarakat terhadap penyelenggaraan Pilkada. Dalam perspektif teori kepercayaan yang dikemukakan oleh Lewicki dan Bunker, kepercayaan publik dapat terbentuk melalui tiga tahapan yaitu *calculus based trust*, *knowledge based trust*, dan *identification based trust*. Pada penelitian ini, *calculus based trust* (Lewicki & Bunker, 1994, hal. 377), terlihat ketika masyarakat merasakan manfaat langsung dari kegiatan kirab berupa hiburan, pendidikan politik, dan akses informasi mengenai Pilkada. Kehadiran manfaat tersebut mendorong masyarakat untuk memberikan respons positif terhadap aktivitas yang dilakukan KPU Kabupaten Sumenep.

Figur 2: Antusiasme Masyarakat Kabupaten Sumenep Mengikuti Kirab Maskot Pilkada 2024



Sumber: Dokumentasi KPU Kabupaten Sumenep

Selain itu, *knowledge based trust* terbentuk melalui konsistensi Humas dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan jadwal Pilkada, tata cara pemungutan suara, serta pentingnya partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi. Konsistensi informasi yang disampaikan melalui berbagai media memungkinkan masyarakat memperoleh pengetahuan yang memadai mengenai Pilkada sehingga meningkatkan keyakinan terhadap kredibilitas penyelenggara pemilu. Temuan ini memperlihatkan bahwa keterbukaan informasi dan kemudahan akses terhadap informasi menjadi faktor penting dalam membangun hubungan yang saling percaya antara lembaga publik dan masyarakat.

Sementara itu, *identification based trust* tercermin melalui penggunaan pendekatan budaya lokal dalam kegiatan Kirab Maskot Pilkada seperti gambar yang dilampirkan pada figure 3. Humas KPU Kabupaten Sumenep mengintegrasikan berbagai unsur budaya daerah seperti pertunjukan seni tradisional, musik Tong-Tong, dan pelibatan komunitas lokal dalam rangkaian kegiatan kirab. Pendekatan tersebut membuat masyarakat merasa lebih dekat dengan penyelenggara pemilu karena kegiatan yang dilaksanakan mampu merepresentasikan identitas dan nilai budaya yang mereka miliki. Kedekatan emosional yang terbangun melalui pendekatan budaya ini menjadi salah satu faktor yang memperkuat kepercayaan publik terhadap KPU Kabupaten Sumenep.

Figur 3: Penampilan Kesenian Musik Tong-Tong dalam Kegiatan Kirab Maskot Pilkada Serentak 2024 di Kabupaten Sumenep



Sumber: Dokumentasi KPU Kabupaten Sumenep

Temuan penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui *Excellence Theory* yang dikembangkan oleh Grunig dan Hunt. Teori tersebut menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang simetris dalam praktik kehumasan *modern* (Faustyna, 2025, hal. 68–69). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas KPU Kabupaten Sumenep tidak hanya menyampaikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga berupaya mendengarkan respons, kritik, dan masukan yang muncul selama pelaksanaan kegiatan kirab. Berbagai sentimen negatif yang berkaitan dengan pembiayaan kegiatan maupun rendahnya tingkat partisipasi pemilih tidak diabaikan, melainkan dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk penyempurnaan upaya komunikasi pada kegiatan berikutnya. Kondisi ini menunjukkan adanya praktik komunikasi dua arah yang menjadi salah satu indikator utama kehumasan yang unggul. Kinerja KPU Kabupaten Sumenep juga dibuktikan dengan raihan Terbaik I pada penghargaan Pengelolaan Teknis Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024 (Kabupaten/Kota Besar) seperti gambar yang dilampirkan pada figur 4.

Figur 4: Piagam Penghargaan KPU Kabupaten Sumenep



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Dalam perspektif *knowledge core* pada *Excellence Theory*, Humas KPU Kabupaten Sumenep menunjukkan kompetensi profesional melalui kemampuan merancang upaya komunikasi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat. Pemanfaatan media massa, media sosial, *influencer* lokal, serta jejaring penyelenggara di tingkat kecamatan dan desa menunjukkan adanya kemampuan dalam mengelola pesan dan memilih saluran komunikasi yang efektif. Upaya tersebut terbukti mampu meningkatkan jangkauan informasi, memperluas eksposur kegiatan, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat baik secara langsung maupun melalui platform digital.

Selanjutnya, pada aspek *shared expectations* ditemukan adanya keselarasan tujuan dan pemahaman antara pimpinan KPU, divisi sosialisasi dan pendidikan pemilih, serta jajaran penyelenggara di tingkat bawah. Kesamaan persepsi tersebut memungkinkan pesan yang disampaikan kepada masyarakat tetap konsisten dan tidak mengalami distorsi selama proses komunikasi berlangsung. Konsistensi pesan menjadi faktor penting dalam membangun kredibilitas organisasi karena masyarakat memperoleh informasi yang sama dari berbagai sumber yang berbeda.

Adapun pada aspek *participative culture*, penelitian menemukan bahwa kegiatan Kirab Maskot Pilkada melibatkan berbagai pihak baik dari unsur pemerintah, komunitas lokal, pelaku seni budaya, media massa, *influencer*, maupun masyarakat umum. Tingginya keterlibatan berbagai pemangku kepentingan menunjukkan bahwa komunikasi yang dibangun oleh Humas KPU Kabupaten Sumenep bersifat partisipatif dan inklusif. Kondisi ini memperkuat hubungan antara lembaga dan masyarakat sekaligus meningkatkan legitimasi sosial terhadap penyelenggaraan Pilkada.

Jika ditinjau dari perspektif Teori Konstruksi Sosial Berger dan Luckmann (Rusmanto, Neneng, & Ulfartha, 2024, hal. 39), kegiatan Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024 tidak hanya berfungsi sebagai media sosialisasi informasi kepemiluan, tetapi juga menjadi ruang sosial yang memungkinkan terbentuknya makna bersama mengenai pentingnya partisipasi politik. Proses konstruksi sosial terlihat ketika KPU Kabupaten Sumenep secara aktif menampilkan simbol-simbol Pilkada, maskot, pesan ajakan memilih, serta berbagai unsur budaya lokal dalam rangkaian kegiatan kirab. Melalui proses eksternalisasi, KPU menghadirkan realitas sosial berupa nilai-nilai demokrasi dan partisipasi politik ke ruang publik melalui berbagai aktivitas komunikasi. Realitas tersebut kemudian mengalami objektivasi ketika masyarakat mulai mengenali Kirab Maskot sebagai bagian dari agenda resmi demokrasi yang harus diketahui dan diikuti. Selanjutnya, melalui proses internalisasi, masyarakat menerima, memahami, dan memaknai informasi yang diperoleh dari kegiatan kirab sebagai bagian dari kesadaran politik mereka. Temuan penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memperoleh informasi mengenai Pilkada melalui media sosial, media massa, komunikasi antarwarga, serta pengalaman langsung mengikuti kegiatan kirab. Kondisi ini memperlihatkan bahwa makna mengenai pentingnya Pilkada dibangun melalui interaksi sosial yang melibatkan penyelenggara pemilu, media, tokoh masyarakat, dan masyarakat itu sendiri.

Proses konstruksi sosial tersebut semakin diperkuat oleh penggunaan pendekatan budaya lokal dalam pelaksanaan Kirab Maskot. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPU Kabupaten Sumenep mengintegrasikan berbagai unsur budaya dan kearifan lokal yang disesuaikan dengan karakteristik wilayah dan masyarakat setempat. Upaya ini memungkinkan masyarakat merasa lebih dekat dengan pesan yang disampaikan karena pesan tersebut dikemas melalui simbol, tradisi, dan identitas budaya yang telah mereka kenal sebelumnya. Dalam perspektif konstruksi sosial, penggunaan budaya lokal berfungsi sebagai media yang mempermudah proses internalisasi nilai-nilai demokrasi karena masyarakat tidak hanya menerima informasi secara kognitif, tetapi juga mengalami keterikatan emosional terhadap pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, Kirab Maskot tidak hanya membangun pengetahuan masyarakat mengenai Pilkada, tetapi juga membentuk realitas sosial baru bahwa partisipasi politik merupakan bagian penting dari kehidupan masyarakat Kabupaten Sumenep.

Sementara itu, jika dianalisis menggunakan Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang dikembangkan oleh Coombs (Syuqron, 2021, hal. 1624), rendahnya partisipasi pemilih pada Pilkada dapat dipahami sebagai situasi krisis yang berpotensi memengaruhi legitimasi dan reputasi kelembagaan KPU. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPU Kabupaten Sumenep menyadari adanya kecenderungan partisipasi Pilkada yang selalu lebih rendah dibandingkan Pemilu. Kondisi tersebut dipersepsikan sebagai tantangan serius yang memerlukan upaya komunikasi khusus untuk meningkatkan kesadaran dan

keterlibatan masyarakat. Dalam konteks SCCT, Humas KPU Kabupaten Sumenep melakukan berbagai upaya respons krisis yang bersifat preventif dan adaptif melalui intensifikasi sosialisasi, pemanfaatan media massa dan media sosial, pelibatan influencer lokal, kerja sama dengan berbagai asosiasi media, serta penyelenggaraan Kirab Maskot sebagai special event komunikasi publik.

Kepercayaan Publik

Temuan penelitian menunjukkan bahwa upaya tersebut berhasil meningkatkan eksposur informasi, menciptakan perhatian publik, dan menghasilkan sentimen yang cenderung positif terhadap pelaksanaan Pilkada. Humas KPU juga menerapkan upaya penguatan hubungan (*bolstering strategy*) sebagaimana dijelaskan dalam SCCT dengan menonjolkan kontribusi lembaga kepada masyarakat melalui pendidikan pemilih, pemberdayaan UMKM lokal, pelibatan komunitas budaya, dan penyediaan ruang partisipasi publik dalam kegiatan kirab. Upaya ini bertujuan memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap KPU sekaligus menjaga reputasi kelembagaan di tengah tantangan rendahnya partisipasi pemilih.

Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa keberhasilan upaya komunikasi krisis tersebut lebih banyak terlihat pada aspek reputasional dan peningkatan *awareness* publik dibandingkan pada peningkatan partisipasi pemilih secara langsung. Tingginya jumlah peserta kirab, meningkatnya *traffic* media sosial, luasnya *coverage media*, serta dominasi sentimen positif menunjukkan bahwa upaya komunikasi yang dilakukan berhasil membangun perhatian dan keterlibatan publik. Akan tetapi, kondisi tersebut belum sepenuhnya bertransformasi menjadi perilaku elektoral berupa peningkatan jumlah pemilih pada Pilkada.

Krisis Komunikasi Partisipasi Pemilih

Temuan ini mengindikasikan bahwa krisis partisipasi pemilih merupakan persoalan yang kompleks dan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor komunikasi, tetapi juga oleh faktor sosial, politik, psikologis, dan budaya yang memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024 berhasil berfungsi sebagai instrumen komunikasi upaya dalam membangun reputasi, kepercayaan publik, dan kesadaran politik masyarakat, meskipun efektivitasnya dalam meningkatkan partisipasi pemilih secara kuantitatif masih memerlukan penguatan melalui upaya komunikasi yang berkelanjutan.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa kelemahan yang perlu menjadi perhatian. Salah satu kelemahan yang paling menonjol adalah belum optimalnya pelaksanaan riset kehumasan dan belum tersedianya indikator keberhasilan komunikasi yang terukur. Selama ini keberhasilan kegiatan lebih banyak diukur berdasarkan jumlah peserta yang hadir, tingkat keramaian acara, dan antusiasme masyarakat. Padahal, keberhasilan komunikasi publik seharusnya juga diukur berdasarkan tingkat pemahaman masyarakat, perubahan sikap, serta perubahan perilaku yang dihasilkan dari kegiatan komunikasi tersebut. Ketiadaan evaluasi berbasis data menyebabkan efektivitas pesan yang disampaikan sulit diukur secara objektif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas KPU Kabupaten Sumenep telah menjalankan fungsi kehumasan secara upayas dalam membangun kepercayaan publik melalui kegiatan Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024. Pemanfaatan media yang beragam, pendekatan budaya lokal, komunikasi dua arah, serta keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sosialisasi menjadi faktor utama yang mendukung terbentuknya kepercayaan publik terhadap lembaga penyelenggara pemilu. Namun demikian, penguatan aspek riset komunikasi, audit kehumasan, dan pengukuran efektivitas program perlu dilakukan pada masa mendatang agar upaya komunikasi yang dijalankan dapat memberikan dampak yang lebih optimal terhadap peningkatan partisipasi pemilih dan reputasi kelembagaan.

KESIMPULAN

Humas KPU Kabupaten Sumenep berperan penting dalam membangun kepercayaan publik melalui kegiatan Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024 yang diwujudkan melalui aktivitas kehumasan berbasis budaya lokal yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat Kabupaten Sumenep. Aktivitas kehumasan yang dilakukan mampu meningkatkan visibilitas lembaga, memperluas jangkauan informasi,

mendorong keterlibatan masyarakat, serta membentuk persepsi positif terhadap KPU Kabupaten Sumenep. Penelitian ini juga menemukan bahwa Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024 berkontribusi dalam memperkuat reputasi dan kepercayaan publik terhadap KPU Kabupaten Sumenep, yang tercermin dari tingginya antusiasme masyarakat, perhatian media, serta keterlibatan publik selama kegiatan berlangsung. Namun demikian, tingginya keterlibatan dan respons positif masyarakat tersebut belum sepenuhnya berdampak pada peningkatan partisipasi pemilih secara kuantitatif pada Pilkada 2024. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan kegiatan kirab lebih terlihat pada peningkatan kesadaran, kedekatan emosional, dan citra positif lembaga, sedangkan peningkatan partisipasi pemilih dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang memerlukan upaya komunikasi, pendidikan pemilih, dan pendekatan partisipatif yang lebih komprehensif serta berkelanjutan

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2025). *Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2023*. 10–15. <https://jatim.bps.go.id/id/publication/2023/02/28/446036fbb58d36b009212dbc/provinsi-jawa-timur-dalam-angka-2023>
- Dewi, L. R., & Novita, M. S. (2025). Etika Penyelenggara Pemilu dalam Pelaksanaan Pilkada Serentak Tahun 2024. *Yustisia Tirtayasa*, 5(2), 166–180. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.51825/yt.v5i2>
- Elitear, J., Humaizi, & Dayana. (n.d.). *Kegiatan Humas Melalui Website Terhadap Pembentukan Citra Pemerintah Kabupaten Aceh Barat*. 2021, 33–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.56015/governance.v8i1.31>
- Faustyna. (2025). *Humas*. UMSU Press.
- Izzati, R., & Darwis, Y. (2024). Peran Kehumasan Dalam Meningkatkan Efektivitas Sistem Pelayanan Informasi Di Kantor Kepala Desa Pauh Timur Kecamatan Pariaman Tengah. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*, 01(03), 363–366.
- KPU Kabupaten Sumenep. (2024). *Laporan Kegiatan Kirab Maskot Pemilihan Gubernur & Wakil Gubernur Jawa Timur Serta Maskot Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Sumenep Dalam Pilkada Serentak Tahun 2024*.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenada Media Group.
- Lewicki, R., & Bunker, B. (1994). *Trust in relationships: A model of development and decline*. Max M. Fisher College of Business, Ohio State University.
- Madura, K. (2024). *KPU Sumenep Targetkan Partisipasi Pemilih Capai 80 Persen pada Pilkada Serentak 2024*. Koran Madura. https://www.koranmadura.com/2024/10/kpu-sumenep-targetkan-partisipasi-pemilih-capai-80-persen-pada-pilkada-serentak-2024/?utm_source=chatgpt.com
- Muliawati, A. (2024). *Vonis DKPP: Terbukti Asusila, Ketua KPU Hasyim Asy'ari Diberhentikan*. Detik News. <https://news.detik.com/pemilu/d-7421018/vonis-dkpp-terbukti-asusila-ketua-kpu-hasyim-asyari-diberhentikan>
- Nanda, S. (2025). *Metode Penelitian Kualitatif: Pengertian, Jenis, & Contoh*. Brain Academy. <https://www.brainacademy.id/blog/metode-penelitian-kualitatif>
- Nurullah, A. Q., Nurdianto, W., & Dani, R. (2020). *KPU Sumenep: Partisipasi Pemilihan Bupati Selalu Rendah*. Times Indonesia. <https://timesindonesia.co.id/politik/249839/kpu-sumenep-partisipasi-pemilihan-bupati-selalu-rendah>
- Robet. (2024). *Protes Distribusi Surat Pilkada, Warga Bakar Ban Di Kantor KPU Sumenep*. News Satu. https://newssatu.com/sumenep/protes-distribusi-surat-pilkada-warga-bakar-ban-di-kantor-kpu-sumenep/?srsltid=AfmBOoq8xFkd7TILgJG95xnCCEf7zeK6s0GyWif3ume8Gd_pL5vmRsh9&utm_source=chatgpt.com
- Rusmanto, J., Neneng, S., & Ulfartha, E. S. (2024). *12 Paradigma dan Anatomi Teori Sosial Modern*. PT. Pustaka Saga Jawadwipa.
- Sari, Y. (2024). *Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif*. CV Mitra Edukasi Negeri.

GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 13 Nomor 9 September 2026

- Sinaga, R., Lubis, S., & Dayana. (2020). Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara Untuk Meningkatkan Citra Positif. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 7, 68–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.56015/governance.v7i2.27>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syuqron, A. F. (2021). KOMUNIKASI KRISIS EIGER DAN TANTANGAN PERBAIKAN REPUTASI DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2).
<https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/5401/2984>
- Wahyuni, W. (2024). *Menyusuri Jejak Panjang Kasus Harun Masiku*. Hukum Online.
<https://www.hukumonline.com/berita/a/menyusuri-jejak-panjang-kasus-harun-masiku-lt677276f6a059c/>