

# **KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL KPU DALAM RANGKA SOSIALISASI BAGI PEMILIH PEMULA MENGHADAPI PEMILU 2014**

Oleh

**Nieke Monika Kulsum, S.E., M.Si**  
**Dosen Komunikasi FISIP UNAS**  
**Founder-Ketua Umum ISKI Jak-Bar**  
**Email: niekemonika@yahoo.com**

## **ABSTRAK**

Pemilihan umum 2014 semakin dekat, tidak lama lagi rakyat Indonesia akan melakukan pesta demokrasi melalui diselenggarakannya Pemilu yang akan dilaksanakan pada tahun depan. Salah satu yang merupakan penentu dalam keberhasilan Pemilu adalah generasi muda Indonesia. Dari sekitar 190 juta pemilih, 50 juta pemilih adalah pemilih pemula dengan usia 17-30 tahun. Komisi Pemilihan Umum (KPU) sendiri menargetkan partisipasi pemilih pada Pemilu 2014 sebesar 70 persen. Namun sayangnya justru fenomena 'golput' masih didominasi oleh para pemilih pemula. Sehingga sosialisasi pemilu pada pemilih pemula merupakan hal yang penting untuk dilakukan, salah satunya adalah untuk membuat para pemilih pemula memahami bahwa suara mereka penting didalam penyelenggaraan pemilu. Oleh karena itu, masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana "Komunikasi Pemasaran Sosial KPU dalam rangka Sosialisasi bagi Pemilih Pemula menghadapi Pemilu 2014". Penelitian ini akan fokus pada KPU pusat yang sedang melaksanakan kegiatan sosialisasi didalam menghadapi pemilu 2014. Beberapa konsep teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi pemasaran, *social marketing* dan sosialisasi. Adapun pendekatan penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi nonpartisipatori, serta menjelajahi data yang relevan melalui buku, website, dokumen, melakukan diskusi dengan rekan-rekan yang diharapkan untuk mengaudit proses penelitian yang dilakukan dan memberikan beberapa masukan.

**Kata-kata kunci:** komunikasi pemasaran sosial, sosialisasi, pemilih pemula