BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Proses komunikasi dalam sosialisasi pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Barat tahun 2015 terdiri dari 8 (delapan) tahap, yaitu penetapan aturan sosialisasi dari KPU, kebijakan pelaksanaan sosialisasi oleh KPU Sumatera Barat, penyusunan rancangan kegiatan, penyusunan pesan, penyampaian pesan, penerimaan pesan, penafsiran pesan dan terakhir umpan balik. Penyusunan pesan menggunakan model *time order*, disesuaikan dengan waktu tahapan yang akan dilaksanakan. Pesan persuasif yang dibuat dengan model *motivational appeal*, disusun untuk mempengaruhi khalayak agar dapat berpartisipasi dalam pemilihan. Pelaksanaan komunikasi dalam sosialisasi Pilgub Sumatera Barat 2015 belum maksimal. KPU Sumatera Barat tidak menyampaikan semua materi pada kegiatan sosialisasi yang dilaksanakannya serta tidak ada peserta sosialisasi yang mendapatkan informasi pemilihan secara lengkap dikarenakan hanya diundang pada tahapan tertentu saja.

Hambatan dalam penyampaian pesan yaitu pertama, hambatan dalam proses, berupa keterampilan komunikasi komunikator tidak maksimal. Kedua, hambatan secara fisik akibat suara gaduh peserta yang mengobrol saat penyampaian materi. Ketiga, hambatan semantik terkait pengunaan bahasa kurang dipahami oleh sebagian kelompok disabilitas. Terakhir, hambatan psikologis yaitu anggapan dari penyelenggara bahwa sosialisasi tidak penting,

faktor kepentingan dan prasangka komunikatee yang beranggapan bahwa pemilihan tidak akan mengubah nasib masyarakat. Dalam proses komunikasi KPU Sumbar, terdapat hambatan lain yaitu keterlambatan regulasi dan perencanaan yang dilakukan tidak maksimal.

Penelitian ini mengusulkan rancangan model proses komunikasi KPU Sumatera Barat dalam sosialisasi yang terdiri dari 9 (sembilan) tahap yaitu dimulai dengan ditetapkannya aturan oleh KPU, kebijakan dari KPU Sumbar, perumusan gagasan komunikasi, pengubahan ide menjadi pesan, penyampaian pesan, penerimaan pesan, penafsiran pesan, *feedback* serta evaluasi dalam setiap kegiatan komunikasi yang dilakukan. Model proses komunikasi yang peneliti tambahkan dalam tahapan komunikasi KPU Sumbar adalah tahap evaluasi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memiliki saran yang dapat dijadikan petimbangan KPU sebagai penyelenggara pemilu untuk menyempurnakan komunikasi dalam pemilihan umum selanjutya yaitu:

a. KPU Sumatera Barat perlu membuat perencanaan dengan baik agar kegiatan komunikasi dalam sosialisasi lebih terarah. Perencanaan dilakukan untuk memilih pendekatan komunikasi yang akan dilakukan dalam menjangkau khalayak berbeda. Perencanaan harus dibuat oleh orang yang berkompeten. KPU Sumbar bisa saja bekerjasama dengan konsultan komunikasi. Perencanaan komunikasi yang dibuat dalam bentuk Keputusan sehingga bisa jadi pedoman bagi setiap penyelenggara sampai ke tingkat bawah.

b. KPU Sumatera Barat perlu menggandeng relawan demokrasi yang dibekali dengan informasi pemilihan yang lengkap sebagai perpanjangantangan KPU meneruskan informasi pemilihan sehingga kegiatan sosialiasi dapat terlaksana sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Pelaksanaan sosialisasi dengan ormas sebagai relawan demokrasi sebaiknya dilaksanakan secara berkala dengan peserta dari kelompok masyarakat yang sama agar seluruh informasi pemilihan dapat diterima secara menyeluruh. Komunikasi tatap muka kepada kelompok masyarakat lebih efektif apabila KPU yang mendatangi komunitas secara langsung untuk melakukan sosialisasi.

c. Dalam setiap proses komunikasi dalam sosialisasi yang diakukan oleh KPU Sumbar, sebaiknya dilakukan evaluasi. Hal ini dimaksudnya untuk melihat kekurangan atau hambatan yang terjadi agar dapat diperbaiki untuk kegiatan komunikasi selanjutnya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus atau membahas proses komunikasi dalam sosialisasi pada satu metode saja yaitu komunikasi interpersonal (tatap muka). Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai proses komunikasi dalam sosialisasi melalui metode lainnya seperti komunikasi KPU melalui media massa, media luar ruang atau pemanfaatan budaya lokal.