

ABSTRAK

Muhammad Reza Fahlevi. NIM. 3183111027. Peran Komunitas Milenial Bobby *Lovers* Dalam Strategi Pemenangan Pasangan Calon Walikota Medan Tahun 2020 Bobby Nasution-Aulia Rachman Di Era Pandemi *Covid-19*. Jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Medan. 2022

Penelitian ini berjudul “Peran Komunitas Milenial Bobby *Lovers* Dalam Strategi Pemenangan Pasangan Calon Walikota Medan tahun 2020 Bobby Nasution–Aulia Rachman Di Era Pandemi *Covid-19*”. Penelitian ini akan meneliti tentang bagaimana peran dari adanya komunitas milenial dalam strategi pemenangan dalam memenangkan pasangan calon Walikota Medan Bobby Nasution-Aulia Rachman. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran dari adanya komunitas milenial Bobby *Lovers* dalam strategi pemenangan dalam memenangkan pasangan calon Walikota Medan Bobby Nasution-Aulia Rachman. Penelitian ini menggunakan landasan teori marketing politik dan komunikasi politik. Lokasi penelitian berada di Kantor Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan kota Medan. Adapun dalam penentuan subjek penelitian sebagai narasumber menggunakan metode *snowball sampling* yang kemudian narasumber yang ditentukan oleh peneliti, yaitu: 2 orang pengurus dari DPC partai PDIP, 2 orang tim sukses pemenangan, dan 2 orang relawan milenial Bobby *Lovers*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh akan diolah dan kemudian akan melalui tahapan reduksi data dan penyusunan data hingga sampai pada proses diverifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran komunitas milenial Bobby *Lovers* bernilai signifikan dan penting. Namun pada kenyataannya, pelaksanaan Pilkada Kota Medan 2020 tidak bisa dijadikan sebagai tolak ukur untuk adanya peningkatan partisipasi politik masyarakat. Alih-alih adanya peningkatan partisipasi masyarakat yang menggunakan hak pilihnya, faktanya hingga 54,20% masyarakat kota Medan tidak menggunakan hak pilihnya.

Kata Kunci: Marketing Politik, Pilkada, Pandemi *Covid-19*