

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran partai gerindra dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada Pilkada 2024 di Kota Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara secara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partai gerindra telah menjalankan fungsi sosialisasi dan komunikasi politiknya dengan berbagai media dan kegiatan, salah satunya melalui TIDAR (Tunas Indonesia Raya), dimana beranggotakan anak muda yang usianya dibawah 35 tahun. Namun, realitas di lapangan memperlihatkan bahwa hanya sebagian pemilih pemula yang memperoleh undangan sosialisasi secara langsung. Di sisi lain, bentuk komunikasi politik yang disampaikan melalui media sosial tidak sepenuhnya terjangkau oleh pemilih pemula, mengingat sebagian dari mereka jarang atau bahkan tidak aktif membuka media sosial. Temuan ini menegaskan meskipun fungsi partai politik dalam konteks sosialisasi dan komunikasi politik telah dijalankan, efektivitasnya masih menghadapi kendala terkait keterbatasan akses dan partisipasi pemilih pemula. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi politik yang lebih inklusif dan adaptif agar pesan politik dapat diterima secara merata oleh seluruh segmen pemilih, khususnya generasi muda.

kata kunci : *partai gerindra, partisipasi pemilih pemula, pilkada 2024.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of the Gerindra Party in increasing first-time voter participation in the 2024 Regional Elections in Medan City. The method used in this study is qualitative with a descriptive approach. Data collection techniques included in-depth interviews and documentation. The results indicate that the Gerindra Party has carried out its political socialization and communication functions through various media and activities, one of which is through TIDAR (Tunas Indonesia Raya), whose members are young people under 35 years old. However, the reality on the ground shows that only a portion of first-time voters receive invitations to direct socialization activities. Furthermore, political communication delivered through social media is not fully accessible to first-time voters, given that some of them rarely or even actively use social media. These findings confirm that although political parties have implemented their functions in the context of political socialization and communication, their effectiveness still faces challenges related to limited access and participation by first-time voters. Therefore, a more inclusive and adaptive political communication strategy is needed to ensure that political messages are received equally by all voter segments, particularly the younger generation.

Keywords: Gerindra Party, first-time voter participation, 2024 regional elections.