



Sosialisasi Politik PDI Perjuangan Dalam Membangun Kesadaran Politik di Pademangan Menjelang Pemilu 2024

Adjie Gilang Santoso¹, Tiara Julianti Haryanto², Syahdina Diva Azahwa³, Bintang Aura Mayesa Putri⁴, Angelia Stephanie Vadia⁵, Restu Rahmawati⁶

Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juni, 2025

Revised Juni, 2025

Accepted Juni, 2025

Available online Juni, 2025

2310413060@mahasiswa.upnvi.ac.id

2310413163@mahasiswa.upnvi.ac.id

2310413168@mahasiswa.upnvi.ac.id

2310413183@mahasiswa.upnvi.ac.id

2310413190@mahasiswa.upnvi.ac.id

restu.rahmawati@upnvi.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi sosialisasi politik yang dilakukan oleh PDI Perjuangan dalam membangun kesadaran politik masyarakat, khususnya pemilih pemula, di Kecamatan Pademangan menjelang Pemilu 2024. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap kader partai dan analisis dokumen, penelitian ini mengungkap bahwa PDI Perjuangan memanfaatkan kombinasi strategi struktural dan kultural melalui kegiatan *door-to-door*, pelatihan kader, kampanye berbasis media sosial, dan pendirian posko aspirasi warga. Teori sosialisasi politik dan mobilisasi politik digunakan untuk menyoroti peran partai dalam mentransmisikan nilai dan informasi politik kepada masyarakat secara kontekstual dan partisipatif. Temuan menunjukkan bahwa strategi tersebut berhasil meningkatkan keterlibatan politik warga. Namun juga masih menghadapi berbagai tantangan, seperti penyebaran disinformasi digital, budaya politik pragmatis, dan keterbatasan kapasitas komunikasi kader.

Kata Kunci: Sosialisasi Politik, Kesadaran Politik, PDI Perjuangan, Pemilu 2024, Pademangan

ABSTRACT

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

This study aims to analyze the political socialization strategies employed by the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDI-P) in building political awareness among the public, particularly first-time voters, in Pademangan Subdistrict ahead of the 2024 elections. Using a qualitative approach with in-depth interviews with party cadres and document analysis, this study reveals that the PDI Perjuangan party employs a combination of structural and cultural strategies through door-to-door activities, cadre training, social media-based campaigns, and the establishment of community feedback centers. Theories of political socialization and political mobilization are employed to highlight the party's role in transmitting political values and information to the public in a contextual and participatory manner. Findings indicate that these strategies have successfully increased citizens' political engagement. However, they also face various challenges, such as the spread of digital disinformation, a pragmatic political culture, and limitations in cadres' communication capacity.

Keywords: Political Socialization, Political Awareness, PDI Perjuangan, 2024 Elections, Pademangan

1. PENDAHULUAN

Partai politik dan sistem pemilu di Indonesia saling terkait erat sebagai pilar dalam demokrasi yang fundamental. Keduanya berfungsi untuk memastikan bahwa suara rakyat terwakili dalam pemerintahan dan proses politik berlangsung secara adil serta transparan. Pemilu dalam sistem demokrasi memberikan ruang partisipasi politik secara langsung kepada rakyat untuk menentukan

*Corresponding author

E-mail addresses: 2310413168@mahasiswa.upnvi.ac.id



arah kepemimpinan dan kebijakan negara. Dalam konteks ini, partai politik memegang pondasi dari suatu negara demokrasi yang memiliki peran sebagai agen pendidikan politik, salah satu fungsinya adalah melahirkan kader-kader unggul dan berkualitas untuk berkompetisi dalam pemilu yang menjadi sarana partai politik agar bisa masuk ke dalam sistem pemerintahan suatu negara, serta bertanggung jawab dalam membentuk kesadaran dan pemahaman politik masyarakat. Atas dasar ini, secara tidak langsung partai politik dituntut untuk memiliki mekanisme kaderisasi yang baik. Bentuk kontribusi sebuah partai politik dalam membentuk kesadaran politik masyarakat salah satunya adalah melalui proses kaderisasi dan pembinaan terhadap simpatisan partai.

Sebagai salah satu partai dengan basis massa yang besar di Indonesia, PDI Perjuangan telah menunjukkan komitmennya dalam membangun kaderisasi yang sistematis serta melakukan mobilisasi politik yang luas menjelang Pemilu 2024. Menurut aturan khusus PDI Perjuangan tentang kaderisasi dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) hasil Kongres IV di Bali tahun 2015, serta Peraturan Organisasi (PO) PDIP Nomor 09 Tahun 2015 tentang kader partai dan kaderisasi partai, PDI Perjuangan dipandang sebagai salah satu partai politik yang memiliki sistem rekrutmen dan kaderisasi yang terstruktur dan terlembaga. Berdasarkan regulasi tersebut, sistem kaderisasi dalam PDI Perjuangan dibagi ke dalam dua skema, yaitu: pertama, Kaderisasi Berjenjang yang dilaksanakan secara sistematis pada 3 tingkat kepengurusan partai. Kedua, Sekolah Partai dan Sekolah Kader Partai yang dikelola secara langsung oleh DPP Partai. Melalui berbagai kegiatan politik seperti pendidikan partai, pelatihan kader, pengorganisasian simpatisan, PDI Perjuangan berupaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya partisipasi politik yang rasional dan kritis, terutama saat menjelang Pemilu 2024. Sebab, kesadaran politik tidak muncul secara alamiah, melainkan dibentuk melalui proses sosialisasi politik. Sosialisasi politik merupakan suatu proses di mana individu memperoleh orientasi politik melalui berbagai agen, seperti keluarga, pendidikan, media massa, dan partai politik. Di antara agen tersebut, proses yang sering kali dilakukan oleh partai politik melalui berbagai mekanisme, seperti; pelatihan kader, pembinaan simpatisan, kampanye politik, dan kegiatan sosial politik lainnya. Partai politik memainkan peran strategis dalam mentransmisikan nilai, ideologi, dan pengetahuan politik kepada masyarakat. Dalam penelitian ini, teori sosialisasi politik menjadi landasan penting untuk menjelaskan bagaimana individu memperoleh nilai, sikap, dan orientasi politik melalui interaksi sosial dengan berbagai agen sosialisasi. Selain itu, strategi PDI Perjuangan juga dapat dibaca melalui konsep mobilisasi politik, yaitu upaya sistematis yang dilakukan oleh aktor politik untuk menggerakkan masyarakat agar terlibat dalam kegiatan politik, baik melalui kampanye, organisasi massa, maupun kegiatan sosial.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji peran partai politik dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat melalui pendidikan dan komunikasi politik. Penelitian yang dilakukan oleh Linani (2015) menyoroti efektivitas media luar ruang dalam meningkatkan kesadaran politik masyarakat di Pontianak terhadap PDIP. Studi ini juga menemukan bahwa faktor sosial seperti kedekatan kekeluargaan, etnisitas, dan hubungan pertemanan memperkuat efektivitas pesan sosialisasi politik, menciptakan ikatan emosional antara kandidat dan pemilih. Namun, penelitian ini belum menyentuh secara mendalam mengenai bagaimana dinamika budaya lokal secara spesifik mempengaruhi penerimaan pesan sosialisasi tersebut, sehingga membuka peluang untuk penelitian lebih mendalam mengenai interaksi antara media kampanye dan konteks sosial budaya. Hamim et al (2022) dalam penelitiannya di Kabupaten Gorontalo Utara menegaskan bahwa sosialisasi politik dan komunikasi yang intensif merupakan strategi utama PDIP dalam memenangkan Pemilu 2019. Walaupun demikian, penelitian ini kurang membahas mengenai bagaimana masyarakat menanggapi pesan sosialisasi tersebut di tengah berbagai pilihan politik. Hal serupa juga ditemukan dalam studi Pratama et al (2020) yang meneliti strategi PDIP di Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. Sosialisasi disebut sebagai elemen penting dalam strategi PDIP untuk memenangkan calon legislatif dan harus



didukung dengan kampanye yang tepat serta pencitraan figur calon. Namun, praktik seperti *money politic* yang muncul dalam konteks sosialisasi menimbulkan dilema etis yang belum banyak dibahas secara kritis, khususnya terkait dampaknya terhadap persepsi masyarakat terhadap keaslian pesan sosialisasi dan kepercayaan terhadap partai. Dalam situasi darurat seperti pandemi COVID-19, Agnes et al (2023) meneliti bagaimana kegiatan reses Fraksi PDIP di DPRD Provinsi Jawa Tengah tetap dijalankan sebagai bentuk sosialisasi politik dengan sejumlah penyesuaian. Penelitian ini menyoroti hambatan seperti pembatasan fisik dan praktik informal (pemberian uang saku). Namun, belum meneliti secara mendalam dampak dari pembatasan interaksi langsung terhadap kualitas partisipasi politik masyarakat. Konteks lokal juga muncul dalam penelitian Nofriadi et al (2021) di Kabupaten Aceh Tengah yang menemukan bahwa komunikasi terbuka, *event* komunitas, dan intensitas sosialisasi berperan penting dalam memperkenalkan figur calon legislatif kepada pemilih. Strategi ini meningkatkan pengenalan karakter dan figur calon, sehingga memperkuat hubungan emosional dengan pemilih.

Sementara itu, pendekatan terhadap pemilih muda menjadi sorotan dalam studi Witianti et al (2023) yang mengimplementasikan seminar “Pemuda Cerdas Politik” di Kota Bandung. Hasil dari pengukuran pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kesadaran politik peserta muda sebesar 22%. Studi ini menekankan pentingnya pendidikan politik berbasis gaya hidup dan komunikasi partisipatif. Namun, menggarisbawahi keterbatasan program dalam aspek jangkauan dan keberlanjutan. Terakhir, Kustiawan et al (2024) menelaah strategi kampanye PDIP bersama partai-partai lain dalam Pemilihan Presiden 2024 di Kota Tanjung Pinang. Pendekatan *push* dan *pull political* yang diterapkan memperlihatkan pentingnya menyesuaikan strategi kampanye dengan karakteristik wilayah. Namun, penelitian ini masih terbatas pada deskripsi tanpa analisis mendalam tentang bagaimana sosialisasi mempengaruhi perubahan perilaku pemilih secara nyata, sehingga riset yang menghubungkan strategi sosialisasi dengan *outcome* pemilu sangat dibutuhkan. Berbagai penelitian tersebut memperlihatkan bahwa sosialisasi politik PDIP telah dilakukan dalam berbagai bentuk dan konteks, mulai dari media luar ruang, kegiatan reses, hingga intervensi berbasis edukasi politik. Namun, masih terdapat celah yang belum tergarap secara optimal, terutama dalam konteks wilayah urban yang kompleks seperti Pademangan yang memiliki keberagaman tinggi dan karakteristik pemilih yang dinamis.

Kecamatan Pademangan yang terletak di Jakarta Utara menjadi salah satu wilayah menarik untuk dikaji dalam konteks sosialisasi politik. Sebagai bagian dari wilayah metropolitan Jakarta, Kecamatan Pademangan memiliki karakteristik demografis yang sangat beragam dengan komposisi masyarakat yang beragam dari segi ekonomi, pendidikan, pekerjaan, dan latar belakang sosial budaya. Keberagaman ini menciptakan tantangan tersendiri dalam upaya membangun kesadaran politik yang merata. Dinamika sosial-ekonomi di Kecamatan Pademangan yang cukup kompleks, dengan adanya pemukiman padat penduduk, kawasan industri, dan pusat perdagangan, mencerminkan realitas masyarakat urban Indonesia yang plural. Tingkat mobilitas penduduk yang tinggi, perbedaan tingkat pendidikan, dan keragaman mata pencaharian masyarakat menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi informasi politik dan tingkat partisipasi politik masyarakat. Dalam hal ini, menuntut strategi sosialisasi politik yang adaptif dan mampu menjangkau berbagai segmen masyarakat dengan pendekatan yang tepat. Dilansir berdasarkan daftar pemilih tetap (DPT) komisi Pemilihan Umum di Jakarta Utara pada tahun 2024 mencapai 1.345.136 orang, diantaranya sebanyak 667.144 jumlah pemilih laki-laki dan sebanyak 677.992 jumlah pemilih perempuan. Berdasarkan data resmi, wilayah Jakarta Utara terdiri atas enam kecamatan dengan jumlah daftar pemilih tetap (DPT) yang bervariasi. Kecamatan Cilincing memiliki jumlah pemilih tetap sebanyak 316.239 orang, disusul oleh Tanjung



Priok sebanyak 305.716 orang, Koja 248.751 orang, Penjaringan 240.824 orang, Pademangan 124.450 orang, dan Kelapa Gading dengan 109.156 orang (KPU DKI Jakarta, 2023).

Salah satu anggota DPRD DKI Jakarta fraksi PDI Perjuangan yang mencerminkan upaya regenerasi politik dan pendekatan langsung kepada masyarakat adalah Brando susanto. Sebagai politisi muda yang berhasil meraih sebanyak 11.506 suara dari daerah pemilihan (Dapil) 3 Jakarta Utara, yang mencakup wilayah Kecamatan Penjaringan, Tanjung Priok, dan Pademangan, Brando menjadi representasi figur politik baru PDI Perjuangan yang dekat dengan masyarakat urban. (KPU DKI Jakarta, 2024). Keterlibatannya dalam berbagai kegiatan sosialisasi politik di akar rumput menunjukkan bagaimana partai menggunakan figur muda untuk membangun komunikasi yang lebih hidup dan relevan, khususnya bagi pemilih pemula dan kelompok kelas menengah urban yang cenderung kritis terhadap politik. Menurut Brando Susanto, kegiatan kampanye dengan cara menyapa langsung masyarakat melalui pendekatan dari rumah ke rumah, khususnya di lingkungan padat seperti gang-gang sempit di wilayah Jakarta Utara, merupakan refleksi dari semangat ideologis PDI Perjuangan yang berpihak kepada masyarakat kecil. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi PDI Perjuangan dalam mendidik kader atau simpatisannya guna meningkatkan kualitas dan kesiapan mereka dalam Pemilu 2024, serta untuk mengetahui tantangan yang dihadapi PDI Perjuangan dalam membangun kesadaran politik, terutama di kalangan pemilih pemula.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sosialisasi Politik

Sosialisasi politik merupakan proses penting dalam pembentukan identitas dan orientasi politik individu. Melalui proses ini, seseorang memperoleh pengetahuan, nilai, dan sikap politik yang membentuk partisipasinya dalam kehidupan berpolitik (Almond & Verba, 1963). Agen-agen sosialisasi seperti keluarga, pendidikan, media massa, kelompok sebaya, dan partai politik memainkan peran penting dalam menanamkan nilai-nilai politik tersebut. Dawson dan Prewitt (1969) membedakan dua tahap sosialisasi, yaitu primer dan sekunder. Tahap primer berlangsung dalam keluarga sejak masa kanak-kanak, sedangkan tahap sekunder terjadi ketika individu mulai berinteraksi dengan lingkungan sosial yang lebih luas, termasuk partai politik. Pada tahap ini, partai politik memainkan peran strategis dalam menyampaikan simbol, ideologi, dan program kerja yang membentuk loyalitas politik masyarakat (Heywood, 2013). Dalam konteks Indonesia, proses ini tidak terlepas dari pengaruh budaya lokal, struktur sosial, dan praktik patronase. Hidayat (2019) menunjukkan bahwa partai politik sering memanfaatkan pendekatan kultural, tokoh masyarakat, dan kegiatan sosial keagamaan untuk membangun kedekatan emosional dengan konstituen.

Meskipun teori sosialisasi politik memberikan kerangka penting dalam menjelaskan pembentukan kesadaran politik, pendekatan ini dikritik karena terlalu menekankan proses top-down dan memposisikan individu sebagai penerima pasif (Neundorf & Smets, 2017). Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, digunakan pendekatan pelengkap seperti mobilisasi politik dari Tilly (1978) yang menekankan bahwa partisipasi politik lebih dipengaruhi oleh kapasitas organisasi, kepemimpinan, dan distribusi sumber daya. Dalam praktiknya di Indonesia, mobilisasi ini sering dilakukan melalui jaringan sosial, patronase, dan tokoh masyarakat. Selain itu, pendekatan kritis dari Freire (1970) menyoroti pentingnya kesadaran kritis, yaitu kemampuan individu untuk memahami ketidakadilan dalam sistem politik dan terlibat aktif dalam perubahan sosial. Dengan demikian, sosialisasi politik dipahami sebagai proses dinamis yang tidak hanya melibatkan transfer nilai, tetapi juga strategi mobilisasi dan ruang dialog yang kritis. Penelitian ini menggunakan teori sosialisasi politik untuk menganalisis bagaimana PDI Perjuangan membentuk kesadaran politik masyarakat



Pademangan menjelang Pemilu 2024 melalui berbagai aktivitas kampanye, komunikasi simbolik, serta interaksi langsung dengan masyarakat sebagai bagian dari strategi sosialisasi politik yang kontekstual dan berorientasi elektoral.

Mobilisasi Politik

Konsep mobilisasi politik merupakan konsep penting dalam strategi partai untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam pemilu. Dalam konteks penelitian ini, mobilisasi dipahami sebagai bagian dari proses sosialisasi politik yang dilakukan oleh PDI Perjuangan di Pademangan guna membentuk kesadaran politik dan meningkatkan partisipasi elektoral. Mobilisasi tidak hanya pada pengerahan massa secara fisik, melainkan mencakup berbagai strategi komunikasi politik, teknik persuasi, pembentukan opini publik, serta penguatan loyalitas politik melalui berbagai saluran, baik secara langsung maupun tidak langsung. Stefano (2007) membedakan dua bentuk utama mobilisasi, yaitu mobilisasi langsung—seperti kampanye terbuka dan aktivitas lapangan—dan mobilisasi tidak langsung, yang dilakukan melalui media massa, simbol-simbol politik, maupun kampanye dialogis. Sementara itu, Karp and Banducci (2007) mengelompokkan mobilisasi menjadi dua jenis, yaitu mobilisasi murni, yang ditujukan untuk menjangkau pemilih pasif, dan mobilisasi konversi, yang bertujuan untuk memperkuat dukungan dari pemilih yang telah ada. Pendekatan lain dikemukakan oleh Tilly (1978), yang memahami mobilisasi sebagai proses strategis dalam pengorganisasian dan pendistribusian sumber daya sosial untuk mencapai tujuan politik tertentu. Dalam konteks politik Indonesia, Nugroho (2011) menyatakan bahwa mobilisasi politik sering kali dilakukan melalui jejaring informal, seperti tokoh agama, komunitas etnik, dan relasi patron-klien, terutama di daerah-daerah di mana struktur organisasi partai belum sepenuhnya mapan. Mobilisasi semacam ini menjadi bagian penting dari adaptasi strategi politik partai terhadap dinamika sosial yang ada di tingkat lokal.

Penelitian ini menggunakan pemahaman tentang mobilisasi politik sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan PDI Perjuangan menjelang Pemilu 2024 untuk membangun keterlibatan politik masyarakat di Kecamatan Pademangan. Aktivitas tersebut meliputi kampanye terbuka, kunjungan *door-to-door*, kegiatan sosial yang bermuatan politis, pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik, serta pelibatan tokoh lokal sebagai representasi partai di tingkat komunitas. Fokus penelitian tidak mencakup bentuk mobilisasi yang bersifat koersif atau manipulatif, melainkan menitikberatkan pada strategi mobilisasi yang etis dan berorientasi elektoral secara positif. Pemilihan konsep ini didasarkan pada pentingnya memahami bagaimana strategi mobilisasi partai dapat mempengaruhi perilaku politik masyarakat, khususnya di wilayah urban seperti Pademangan yang memiliki kompleksitas sosial dan ekonomi tersendiri. Dalam hal ini, mobilisasi politik juga diposisikan sebagai indikator untuk menilai efektivitas sosialisasi politik, karena menunjukkan sejauh mana masyarakat tidak hanya memahami informasi politik yang diterima, tetapi juga terdorong untuk bertindak secara sadar dan aktif dalam menggunakan hak pilihnya. Dengan demikian, mobilisasi politik tidak hanya berfungsi sebagai instrumen teknis elektoral, tetapi juga sebagai bagian dari proses pembelajaran politik yang turut membentuk kualitas demokrasi di tingkat lokal.

Kesadaran Politik Masyarakat

Kesadaran politik merupakan komponen penting dalam sistem demokrasi karena mencerminkan sejauh mana individu memiliki kemampuan untuk memahami, merespons, dan berpartisipasi secara aktif dalam proses politik. Dalam konteks penelitian ini, kesadaran politik dimaknai sebagai tingkat pemahaman individu terhadap sistem politik, pengetahuan mengenai hak dan kewajiban sebagai warga negara, serta kapasitas untuk mengevaluasi isu-isu politik secara kritis dan rasional. Almond dan Verba (1963) mengidentifikasi tiga dimensi utama dalam kesadaran politik, yakni orientasi

*Corresponding author

E-mail addresses: 2310413168@mahasiswa.upnvi.ac.id



kognitif (pengetahuan tentang sistem politik), orientasi afektif (perasaan terhadap simbol dan aktor politik), serta orientasi evaluatif (kemampuan menilai kinerja dan legitimasi sistem politik). Rush dan Althoff (2018) menegaskan bahwa kesadaran politik terbentuk melalui proses sosialisasi politik yang berlangsung sepanjang kehidupan individu dalam lingkungan sosial yang kompleks. Sementara itu, Freire (1970) memperkaya pemahaman ini melalui konsep *critical consciousness*, yaitu kesadaran kritis yang menuntut individu untuk memahami struktur ketimpangan dalam sistem politik serta mendorong keterlibatan aktif dalam upaya perubahan sosial. Dalam konteks tersebut, sosialisasi politik memiliki peran sentral dalam membentuk kesadaran politik yang tidak hanya pasif, tetapi reflektif dan partisipatif—terutama di kalangan pemilih pemula yang tengah berada dalam masa transisi dari sikap apatis menuju kepedulian terhadap isu-isu politik.

Penelitian ini secara khusus menyoroti kesiapan pemilih pemula di Kecamatan Pademangan dalam menggunakan hak pilihnya secara sadar, rasional, dan berbasis informasi yang akurat. Untuk mengukur tingkat kesadaran politik kelompok ini, digunakan tiga indikator utama, yakni: (1) pengetahuan tentang sistem politik dan proses pemilu, (2) sikap terhadap partisipasi politik, serta (3) kemampuan dalam mengevaluasi informasi politik secara kritis. Kelompok pemilih muda kerap menghadapi sejumlah tantangan, seperti rendahnya literasi politik, dominasi disinformasi di ruang digital, serta pengaruh budaya politik yang bersifat transaksional dan pragmatis. Oleh karena itu, strategi sosialisasi politik yang diterapkan perlu disesuaikan dengan karakteristik sosial dan budaya generasi muda, melalui pendekatan yang lebih kontekstual, komunikatif, dan partisipatif—misalnya melalui pemanfaatan media sosial, kampanye berbasis komunitas, serta interaksi yang dialogis dan membumi. Dengan memahami dinamika kesadaran politik di kalangan pemilih pemula, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana strategi sosialisasi politik yang dilakukan oleh PDI Perjuangan mampu merespons kebutuhan komunikasi politik yang relevan di wilayah urban seperti Pademangan, serta memberikan kontribusi terhadap penguatan demokrasi partisipatoris di tingkat lokal.

3. METODE

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada narasumber yang berlokasi di Jakarta Utara, (Denzin dan Lincoln 2005) menjelaskan bahwa wawancara kualitatif memungkinkan terjadinya dialog yang terbuka dan reflektif antara peneliti dan partisipan, sehingga dapat menggali narasi personal dan kontekstual dari informan. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan secara virtual sehingga penulis berada di domisili penulis ketika melakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan serta memanfaatkan sumber - sumber informasi yang dinilai relevan dengan topik yang diteliti seperti artikel, jurnal dan buku untuk menjawab pertanyaan terkait penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah kader dari partai politik PDI Perjuangan yang mengikuti Pemilu maupun Pilkada pada tahun 2024. Salah satu yang kami wawancarai adalah Bapak Brandon Susanto selaku kader partai PDI Perjuangan dan DPRD DKI Jakarta Wilayah Jakarta Utara. Penelitian ini berfokus pada peran Partai Politik PDI Perjuangan dalam melakukan strategi sosialisasi politik untuk membangun kesadaran politik masyarakat menjelang Pemilu 2024 serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi PDI Perjuangan dalam melakukan sosialisasi politik untuk membangun kesadaran politik masyarakat, khususnya pemilih pemula di Pademangan menjelang Pemilihan Umum atau pemilu pada tahun 2024. Sampel dalam penelitian ini ditentukan secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung dan pengalaman informan dalam kegiatan politik partai. Pemilihan informan didasarkan pada prinsip kecocokan informasi, yakni memilih individu yang memiliki kapasitas untuk memberikan data yang relevan dan mendalam terkait isu yang diteliti.



4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi sosialisasi politik yang dilakukan PDI Perjuangan dalam membangun kesadaran politik masyarakat di Pademangan menjelang Pemilu 2024

Dalam menghadapi momentum Pemilu 2024, Partai PDI Perjuangan yang juga merupakan salah satu partai politik besar di Indonesia tentunya menerapkan berbagai strategi sosialisasi politik untuk membangun kesadaran politik masyarakat khususnya di wilayah Pademangan. Strategi yang dilakukan oleh PDI Perjuangan merupakan upaya untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat termasuk pemilih pemula, kelompok marginal serta masyarakat yang selama ini belum aktif secara politik. Di wilayah Pademangan, Jakarta Utara yang memiliki karakteristik masyarakat yang heterogen dan tingkat partisipasi politik yang fluktuatif PDI Perjuangan menerapkan berbagai strategi sosialisasi politik untuk mendekatkan diri kepada masyarakat serta membentuk pemilih yang sadar dan bertanggung jawab secara politik, PDI Perjuangan melaksanakan strategi sosialisasi dengan pendekatan struktural dan kultural (Kompas, 2023). Dimulai dari penggunaan media sosial, kegiatan kampanye secara tatap muka, interaksi langsung dengan masyarakat, pemanfaatan infrastruktur partai dan strategi komunikasi.

Dalam mengoptimalkan peran organisasi dan menjalankan strategi sosialisasi politiknya di tingkat lokal seperti anak ranting (tingkat RT/RW), ranting (tingkat kelurahan) dan juga PAC (Pimpinan Anak Cabang) di tingkat kecamatan. Struktur ini tentunya aktif dalam melakukan sosialisasi dari gang - gang kecil atau secara *door to door*, mengadakan pertemuan dengan warga dan juga mendirikan posko untuk pengaduan aspirasi (Liputan 6, 2024). Hal ini tentunya sejalan dengan pendapat Warno (2023) yang menjelaskan bahwa sosialisasi politik berkaitan dengan komunikasi politik dan komunikasi politik merupakan suatu proses untuk para elit dalam berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, sehingga hal ini tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang politik tetapi juga dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi warga dalam suatu proses demokrasi. Gerakan - gerakan politik yang dilakukan oleh PDI Perjuangan bersumber dari kekuatan masyarakat sendiri, para kader partai melakukan berbagai macam kegiatan yang membuat mereka bersentuhan langsung dengan masyarakat sesuai dengan wilayah masing - masing, di PDI Perjuangan sendiri bentuk - bentuk gerakan aksinya disebut dengan Reses atau Sosper.

Selain itu, PDI Perjuangan juga tidak hanya mendirikan suatu pengaduan aspirasi tetapi juga memberikan solusi yang konkrit sehingga masyarakat akan menilai bahwa PDI Perjuangan merupakan partai politik yang berfokus kepada aspirasi masyarakat. PDI Perjuangan juga mengeluarkan beberapa program - program sosial yang berfokus di bidang seperti pembangunan infrastruktur, bantuan secara ekonomi, pendidikan bahkan bantuan kesehatan dengan tujuan untuk membantu masyarakat serta meningkat kesejahteraan masyarakat itu sendiri (Kompasiana, 2024). Sebelum turun ke masyarakat, PDI Perjuangan juga memberikan pelatihan kepada kader - kadernya agar dapat menyebarkan informasi dan pesan politik yang efektif kepada masyarakat di lapangan. Kader - kader yang diusung harus bisa memenuhi syarat minimum untuk bisa bersikap profesional dan pastinya etis dengan tidak melakukan *money politics* (Kompasiana, 2024).

Di era digital seperti sekarang, PDI Perjuangan memanfaatkan platform - platform media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan lainnya sebagai strategi sosialisasi politik dan mengikat para pemilih pemula pada pesta demokrasi Indonesia tahun 2024 yang sebagian besar merupakan generasi Z. Tentunya pemilih pemula merupakan salah satu sasaran strategis PDI Perjuangan karena kelompok ini memiliki jumlah yang signifikan pada daftar pemilih tetap yaitu sebesar 55% (KPU, 2023). Para pemilih pemula memiliki ketertarikan pada pesan politik yang disampaikan melalui platform digital



dan dikemas dengan cara yang menarik serta berbeda dari yang lain serta kreatif juga ringan, hal ini dikarenakan sudah menjadi ruang bagi masing - masing mereka untuk bersuara, menyampaikan opini, mengkritik kebijakan publik ataupun mendukung serta menentang seorang politikus (Ayuni, 2025). Hal ini membuat PDI Perjuangan turut aktif membuat konten kreatif serta interaktif yang diberikan dengan cara ringan agar menarik bagi generasi muda. Tak hanya melalui media sosial partai PDI Perjuangan itu sendiri, tetapi para kader PDI Perjuangan juga turut aktif dalam membagikan kegiatan sehari - hari mereka yang berkaitan dengan dunia politik untuk membangun kesadaran politik masyarakat. Seperti ketika melakukan suatu rapat umum ataupun kegiatan lain yang mengharuskan mereka untuk turun ke masyarakat secara langsung, PDI Perjuangan ataupun kadernya akan membuat konten - konten dari acara tersebut.

PDI Perjuangan bisa memadukan kegiatan yang dilakukan secara langsung dengan cara - caranya yang lain melalui platform digital untuk meningkatkan kesadaran politik masyarakat PDI Perjuangan. Melalui strategi sosialisasi yang menyeluruh, PDI Perjuangan berharap dapat meningkatkan kesadaran politik masyarakat Pademangan. Kesadaran politik yang baik diharapkan tidak hanya berkontribusi pada perolehan suara bagi PDI Perjuangan pada Pemilu 2024 tetapi juga dapat memperkuat kualitas demokrasi lokal dengan terciptanya masyarakat yang lebih kritis, partisipatif dan memiliki kontrol terhadap jalannya pemerintahan.

Tantangan yang dihadapi PDI Perjuangan dalam melakukan sosialisasi politik untuk membangun kesadaran politik masyarakat, khususnya pemilih pemula di Pademangan menjelang Pemilu 2024

Menjelang Pemilu 2024, PDI Perjuangan menghadapi berbagai tantangan strategis dalam upaya membangun kesadaran politik masyarakat, khususnya pemilih pemula di wilayah Pademangan, Jakarta Utara. Kawasan urban ini memiliki kompleksitas sosial yang tinggi dari keberagaman ekonomi, pendidikan, hingga preferensi politik yang dinamis. Pemilih pemula, sebagai segmen kunci dalam kontestasi demokrasi elektoral, memerlukan pendekatan khusus yang sensitif terhadap karakter generasional dan tantangan zaman digital. Empat tantangan utama diidentifikasi sebagai penghambat efektivitas sosialisasi politik PDIP terhadap kelompok ini.

Pertama, adalah tingginya paparan hoaks dan disinformasi yang menasar kelompok muda secara masif. Berdasarkan laporan Bawaslu, hoaks politik masih merajalela di media sosial, terutama melalui WhatsApp dan TikTok dua platform yang menjadi favorit generasi muda. Menanggapi ini, Bawaslu membentuk komunitas "Jarimu Awasi Pemilu" dan bekerja sama dengan Kominfo dan BSSN dalam patroli siber demi menekan laju hoaks yang merusak integritas pemilu (Bawaslu RI, 2023). Meski Menkominfo saat itu Budi Arie menyebut bahwa pemilih muda kini "lebih pintar menyaring hoaks", faktanya masih banyak yang terpapar, dan literasi digital belum sepenuhnya mampu membentengi mereka dari disinformasi politik (Liputan6, 2023).

Kedua, tantangan yang tak kalah besar adalah infobesity atau banjir informasi yang tidak selalu berkualitas. Generasi muda seringkali "kelelahan informasi" karena terus menerus terpapar berbagai jenis konten, mulai dari opini politik, propaganda, hingga meme satir (Tempo, 2024). Di tengah deras arus digital, pesan politik dari partai menjadi sulit menembus perhatian mereka jika tidak dikemas secara kreatif dan interaktif. Dalam konteks ini, narasi ideologis PDIP bisa jadi terasa kaku atau tidak relevan bagi pemilih muda yang lebih menyukai gaya komunikasi informal dan berbasis pengalaman. Herlina dan Suryatman (2024) mengidentifikasi bahwa pemilih pemula tidak hanya perlu dilatih untuk mengenali berita bohong, tetapi juga untuk mampu memilah informasi yang benar secara mandiri melalui indikator literasi digital, seperti otoritas sumber, keterkaitan konteks, dan pola framing dalam berita². Maka dari itu, PDI Perjuangan perlu merancang kampanye digital yang bersifat



edukatif namun dikemas dalam bentuk konten visual yang menarik dan ringan seperti video pendek, infografik, atau storytelling berbasis pengalaman hidup.

Ketiga, PDIP juga menghadapi tantangan budaya politik pragmatis dan transaksional. Di lapangan, banyak masyarakat perkotaan termasuk Pademangan yang lebih tertarik pada janji konkret seperti bantuan sosial atau proyek infrastruktur dibanding pemaparan ideologis. Studi oleh Pratama et al. (2020) menunjukkan bahwa praktik politik uang masih menjadi instrumen yang digunakan partai-partai lain di beberapa wilayah urban, dan ini menggerus upaya edukatif berbasis nilai seperti yang dijalankan PDIP. Meskipun PDIP mengembangkan program-program berbasis aspirasi publik, seperti posko pengaduan warga dan bantuan pendidikan, tetap saja mereka harus bersaing dengan pendekatan instan yang seringkali lebih menarik bagi sebagian masyarakat.

Keempat, tantangan keterbatasan kapasitas kader dalam komunikasi politik juga menjadi hambatan signifikan. Banyak kader partai di tingkat akar rumput masih menggunakan pendekatan topdown, bersifat instruksional, dan kurang adaptif terhadap dialog partisipatif yang diharapkan oleh pemilih muda. Di sisi lain, tokoh seperti Brando Susanto dari Dapil 3 Jakarta Utara yang aktif membagikan kegiatan politiknya lewat media sosial telah membuktikan bahwa pendekatan visual dan personal jauh lebih efektif dalam menjangkau pemilih pemula. Namun, pendekatan semacam ini belum menjadi kebijakan menyeluruh dalam tubuh PDIP dan masih bergantung pada inisiatif individual. Serta banyak kader di sini masih cenderung menggunakan pendekatan ceramah satu arah yang cenderung formal dan kaku. Sementara, pemilih pemula lebih merespons pendekatan yang setara dan dialogis. Penelitian Masni et al. (2024) di Polewali Mandar menemukan bahwa pelatihan kader dengan metode demonstrasi hukum, diskusi kelompok, dan penguatan sikap toleransi terhadap perbedaan pilihan politik jauh lebih efektif dalam membentuk kesadaran politik pemula dibanding pendekatan instruktif.

Menanggapi tantangan tersebut, PDIP perlu menyusun ulang strategi sosialisasinya. Upaya pertama adalah mengadopsi pendekatan literasi digital terintegrasi dengan komunitas lokal, bukan hanya melalui kampanye digital satu arah. Kedua, partai harus memproduksi konten berbasis budaya digital yang lebih visual dan naratif bukan jargon politik kaku. Ketiga, pelatihan kader partai harus memasukkan kurikulum komunikasi partisipatif dan etika komunikasi publik. Dengan mengintegrasikan pendekatan partisipatif, digital, dan intersektoral, PDIP bukan hanya dapat meningkatkan kesadaran politik generasi muda, tetapi juga membentuk fondasi demokrasi lokal yang lebih sehat, reflektif, dan berdaya kritis.

5. SIMPULAN

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa PDIP Perjuangan telah menjalankan strategi sosialisasi politik yang cukup menyeluruh dan menyesuaikan diri dengan kondisi sosial masyarakat Pademangan menjelang Pemilu 2024, khususnya dalam menjangkau pemilih pemula. Strategi tersebut terlihat dari penguatan struktur partai di tingkat akar rumput, kampanye langsung dari rumah ke rumah, pemanfaatan media sosial, pelatihan kader, serta penyelenggaraan program sosial yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Namun, dalam pelaksanaannya, masih terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti minimnya literasi digital di kalangan anak muda, penyebaran hoaks politik, budaya politik yang cenderung transaksional, dan gaya komunikasi kader yang masih bersifat satu arah. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam pendekatan sosialisasi politik yang lebih interaktif, mendidik, dan sesuai dengan karakter masyarakat urban agar pesan politik yang disampaikan dapat dipahami dengan baik dan mampu mendorong tumbuhnya kesadaran politik yang lebih kritis dan aktif di kalangan masyarakat.



6. DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, P. N. (2023). ANALISIS EFEKTIVITAS RESES DPRD PROVINSI JAWA TENGAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2020–2022 (Studi Pada Fraksi PDIP DPRD Provinsi Jawa Tengah). *Journal of Politic and Government Studies*, 12(3), 576-594.
- ALMOND, G. A., & VERBA, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton University Press. <http://www.istor.org/stable/j.ctt183pnr2>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). *Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian*. Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer, 14(1), 15–24. <https://doi.org/10.24252/pilar.v14i1.33580>
- Ananda Hadi Elyas, Iskandar, E., & Suardi Suardi. (2020). INOVASI MODEL SOSIALISASI PERAN SERTA MASYARAKAT KECAMATAN HAMPARAN PERAK DALAM PEMILU. *Warta Dharmawangsa*, 14(1). <https://doi.org/10.46576/wdw.v14i1.548>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asriadi, M., & Hasyim, M. Q. (2024). Pelatihan Literasi Media Sosial Bagi Pemilih Pemula Tentang Hoax, Hate Speech dan Negative Campaign. *Vokatek: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 124-133.
- Ayuni, M. S., & Sari, D. (2025). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Milenial Di Indonesia. *Jurnal Dinamika Sosial dan Sains*, 2(1), 417-422.
- Berger, S. (2002). *The Political Mobilisation of the European Left, 1860–1980: The Class Cleavage*. By Stefano Bartolini. Cambridge Studies in Comparative Politics. Edited by, Peter Lange. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. Pp. xxiv+637. \$69.95. *The Journal of Modern History*, 74(4), 831–834. <https://doi.org/10.1086/376218>
- Bachtiar, A. (2022). Strategi komunikasi politik PDI-P menjelang Pemilu 2024 di masa pandemi COVID-19: Refleksi partisipasi politik masyarakat di era modern dalam mewujudkan demokrasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 241–244.
- Bawaslu RI. (2023). *Tangkal Informasi Hoaks di Media Sosial, Bawaslu Bangun Literasi Digital*. <https://bawaslu.go.id/id/berita/tangkal-informasi-hoaks-di-media-sosial-bawaslu-bangun-literasi-digital>
- Budiardjo, M. (n.d.). *Dasar-dasar Ilmu Politik - HC, Ed. Revisi*. Gramedia Pustaka Utama
- Couldry, N. (2011). MORE SOCIOLOGY, MORE CULTURE, MORE POLITICS. *Cultural Studies*, 25(4-5), 487–501. <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600528>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications.
- DPRD Provinsi DKI Jakarta. (2024). Brando Susanto, Komitmen Kawal Tiga Isu Layanan Publik. Retrieved from: <https://dprd-dkijakartaprovg.go.id/brando-susanto-komitmen-kawal-tiga-isu-layanan-publik/>
- Ekman, J. & Amnå, E. (2012). Political participation and civic engagement: Towards a new typology. *Human Affairs*, 22(3), 283-300. <https://doi.org/10.2478/s13374-012-0024-1>
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. Bloomsbury Academic. <https://envs.ucsc.edu/internships/internship-readings/freire-pedagogy-of-the-oppressed.pdf>
- Gani, J., Lely Arrianie, & Ambarwati Ambarwati. (2023). Strategi Komunikasi Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Di DKI Jakarta dalam Menyambut Pemilu 2024. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i2.227>
- Hamim, U., Mahmud, R., & Hamid, S. (2022). Strategi Kemenangan Pdp Dalam Pemilihan Umum Di Kabupaten Gorontalo Utara Pada Pemilihan Umum 2019. *Jambura Journal Civic Education*, 2(2), 165-173.
- Handayani, A. T., & Siti Rahayu Pratami Lexianingrum. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI TIM SUKSES PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN (PDIP) DALAM PEMENANGAN PEMILU LEGISLATIF 2024. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 8(6). <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jimt/article/view/2307>



- Herlina, I., Suryatman, A. G., Aditya, T., & Kosasih, A. (2024). Pentingnya Literasi Digital Bagi Pemilih Pemula Dalam Menyikapi Berita Hoax di Media Sosial Pada Pilpres 2024 (Studi Di Kampus UMT). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 12430-12444.
- Huntington, S. P., Nelson, J. M., & Harvard University Center for International Affairs. (1976). No easy choice : political participation in developing countries. Harvard University Press.
- Huntington, S. P. (1968). Political Order in Changing Societies. *Foreign Affairs*, 76(5), 215. <https://doi.org/10.2307/20048214>
- Huntington, S. P., & Nelson, J. M. (1976). *No easy choice: Political participation in developing countries*. Harvard University Press.
- Indonesia, C. (2022, June 23). *Megawati Bocorkan Strategi PDIP untuk Menang Pemilu 2024*. Nasional; cnnindonesia.com. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220623171133-617-812766/megawati-bocorkan-strategi-pdip-untuk-menang-pemilu-2024>
- Karp, J. A., & Banducci, S. A. (2007). Party Mobilization and Political Participation in New and Old Democracies. *Party Politics*, 13(2), 217–234. <https://doi.org/10.1177/1354068807073874>
- Kompasiana. (2024). Strategi PDIP Dalam Kampanye Politik Menuju Pemilu 2024 Menjaga Integritas Dan Aspirasi Masyarakat. Retrieved from: <https://lnk.ink/eRbWF>
- Lees-Marshment, J. (2025). *Political Marketing and British Political Parties*. Google Books. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=U7DnfqMdmUYC&oi=fnd&pg=PR9&ots=q6WR2oQANz&sig=08sdOfxm8q4Cqh5qfBgWg2GSMo0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Lehman Kay Schlozman, Verba, S., & Brady, H. E. (1999, January 1). *Civic Participation and the Equality Problem*. https://www.researchgate.net/publication/241278238_Civic_Participation_and_the_Equality_Problem
- Lia, L., Wahyiah, I. R., Sam, M. S., Cintana, D., Mita, N. M., & Ningsih, T. (2024). Strategi Pemenangan Partai PDIP dalam Pemilu Legislatif Tahun 2024. *LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren*, 2(1), 206-210.
- Linani, O. (2015). Pelaksanaan Sosialisasi Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Melalui Media Luar Ruang Di Kota Pontianak. *ASPIRASI, Jurnal Ilmu Politik*, 3(3).
- Liputan 6. (2024). Brando PDIP Kampanyekan Ganjar-Mahfud di Gang Kecil Jakarta Utara:Ini Bukan Gimik. Retrieved from: <https://www.liputan6.com/pemilu/read/5514038/brando-pdip-kampanyekan-ganjar-mahfud-di-gang-kecil-jakarta-utara-ini-bukan-gimik>
- Liputan6. (2023). *Kominfo: Literasi Digital Bantu Pemilih Pemula Hadapi Hoaks Pemilu 2024*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5403303/kominfo-literasi-digital-bantu-pemilih-pemula-hadapi-hoaks-pemilu-2024>
- Marwiyah, S., Nourma Ulva K.D, & Elok Hanifah. (2024). Kaderisasi Parpol Pdi Perjuangan Untuk Membentuk Personal Branding Menjelang Pemilu 2024, Di Kota Probolinggo. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(6), 3120–3133. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i6.3247>
- Manulu, Dimpos. “Gerakan Sosial dan Perubahan Kebijakan Publik: Kasus Perlawanan Masyarakat Batak vs PT. Inti Indorayon Utama, di Porsea, Sumatra Utara”. Universitas Gadjah Mada. Diakses pada 25 Maret 2025 <https://jurnal.ugm.ac.id/populasi/article/download/12066/8855>
- McAdam, D., McCarthy, J. D., & Zald, M. N. (Eds.). (1996). *Comparative perspectives on social movements: Political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings*. Cambridge University Press.
- Muhammad Elwan, La Ode. "MODEL DAN DAMPAK MOBILISASI POLITIK PEMILIHAN KEPALA DESA (Studi Kasus: Desa Bontomatinggi Kabupaten Maros Sulawesi Selatan Tahun 2016)." *Journal Publicuho*, vol. 1, no. 4, 2018, pp. 1-17
- Muzwardi, A., Kamarullah, N., & Putri, B. C. (2024). Strategi Kampanye Politik Partai Nasdem, Partai Golkar, dan PDIP dalam Pemilihan Presiden 2024 di Kota Tanjung Pinang. *Sospol*, 10(2), 215-233.



- Neundorf, A., & Smets, K. (2017). Political Socialization and the Making of Citizens. In *Oxford Handbooks Online*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199935307.013.98>
- Nilamsari, N. (2014). *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan serta Dampaknya pada Kualitas Pelayanan Housekeeping Department di Padma Hotel Bandung* (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia). UPI Repository. <http://repository.upi.edu/1006332/>
- Niqmah, N. A., Syafingi, H. M., Dewi, D. A. S., & Noviasari, D. T. (2024). Efektivitas pendidikan politik oleh partai politik dalam meningkatkan kesadaran masyarakat di Kabupaten Semarang tahun 2019–2023. *Borobudur Law and Society Journal*, 3(3), 87–94.
- Nugroho, K. (2011). Ikhtiar Teoritik Mengkaji Peran Partai dalam Mobilisasi Politik Elektoral. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 24.
- Nofriadi, N., Hasan, E., Ubaidullah, U., & Helmi, H. (2021). Strategi Pemenangan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan pada Pemilu Tahun 2019 di Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Public Policy*, 7(2), 153-160.
- Nurdiaman, M., Hasyim, S. B., Purnawan, R. A., & Kalamullah, K. (2019). Analisis Proses Kaderisasi Pada Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Kabupaten Garut. *Jurnal Ilmu Sosial Politik Dan Humaniora*, 2(2), 27-32.
- Patoppoi, B. (2023, February 23). *PDIP Persiapkan Perempuan Jadi Pemimpin Lewat Pendidikan Kaderisasi Partai*. Suarasurabaya.net; Suara Surabaya. <https://www.suarasurabaya.net/politik/2023/pdip-persiapkan-perempuan-jadi-pemimpin-lewat-pendidikan-kaderisasi-partai/>
- Pemahaman, S., & Haryanto, A. (2022). *SOSIALISASI POLITIK*. <https://polgov.fisipol.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/1667/2022/02/sosialisasi-politik.pdf>
- Prabowo, D. (2024, June 5). *KPU: Partisipasi Pemilih Pilpres 2024 81,78 Persen*. KOMPAS.com; Kompas.com. <https://nasional.kompas.com/read/2024/06/05/13452691/kpu-partisipasi-pemilih-pilpres-2024-8178-persen>
- Pratama, M. R. (2020). STRATEGI PARTAI PDIP DALAM MEMENANGKAN CALON ANGGOTA LEGISLATIF PADA PEMILU TAHUN 2019 DI KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW TIMUR. *POLITICO: Jurnal Ilmu Politik*, 9(4).
- Rochmat Aldy Purnomo. (2016, January). *Resource Mobilization Theory and The Study of Social Movements*. Rochmat Aldy Purnomo. <https://www.purnomo.co.id/2016/01/resource-mobilization-theory-and-study.html>
- Rosma Nababan, Uefaa Jekrina Pinem, & Alimin Purba. (2020). HUBUNGAN SOSIALISASI POLITIK DENGAN PARTISIPASI POLITIK DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI KABUPATEN DAIRI KECAMATAN GUNUNG SITEMBER TAHUN 2018. *JURNAL PENDIDIKAN PANCASILA DAN KEWARGANEGARAAN*, 1(2), 1–12.
- Rush, M., & Althoff, P. (2018). *Pengantar Sosiologi Politik*. Rajawali Pers.
- Taekab, Y. K., Bria, F., & Nurak, R. (2025). Strategi komunikasi politik Partai PDI Perjuangan untuk meningkatkan keterwakilan perempuan dalam Pemilihan Legislatif Tahun 2024–2029 (Studi kasus di Kabupaten Timor Tengah Utara). *Governance: Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, 15(1), 1–3.
- Tari, M. (2016). Strategi Kampanye Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (Pdp) Dalam Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014 Di Kabupaten Pulau Taliabu. *Politico: Jurnal Ilmu Politik*, 3(1), 158965.
- Tempo. (2024). *Banjir Informasi Pemilih Pemula*. <https://www.tempo.co/gaya-hidup/banjir-informasi-pemilih-pemula-821679>
- Tilly, C. (1978). *From mobilization to revolution*. Random House. <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/09/From-Mobilization-to-Revolution-by-Charles-Tilly-1.pdf>
- Ummah, I. K., & Putri, P. I. D. (2024). Swipe & Scroll Bijak Melawan Hoaks Pemilu 2024 di Sosial Media. *Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 38-51.



-
- Warno, W. (2023). PERAN SOSIALISASI POLITIK TERHADAP PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT DALAM PEMILU. *Media Bina Ilmiah*, 17(7), 1777-1784.
- WIBOWO, E. A., MURADI, M., & SUDIRMAN, A. (2019). STRATEGI SOSIALISASI POLITIK DALAM PENINGKATAN PARTISIPASI PEMILIH PEREMPUAN PADA PILKADA SERENTAK DI KOTA MAGELANG. *CosmoGov*, 5(1), 22. <https://doi.org/10.24198/cosmogov.v5i1.17776>
- Witianti, S., Solihah, R., & Paskarina, C. (2023). SOSIALISASI PEMUDA CERDAS POLITIK: MEWUJUDKAN SWING VOTERS SEBAGAI SUBJEK POLITIK DALAM PEMILU. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 361-371.