

## **UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PILPRES TAHUN 2024 DI KOTA MEDAN**

**Boy Dippu Tua Simbolon<sup>1</sup>, Stefy Margaretha<sup>2</sup>, Desriani Ronay Fiona Purba<sup>3</sup>, Lestari Lumban Batu<sup>4</sup>, Julia Ivanna<sup>5</sup>, Julia Ivanna<sup>6</sup>**

**Abstrak:** Peningkatan partisipasi masyarakat dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 di Kota Medan memerlukan serangkaian upaya yang berfokus pada pendidikan politik, sosialisasi, dan keterlibatan aktif masyarakat. Langkah-langkah yang dapat diambil meliputi kampanye pendidikan pemilih yang terarah dan pemanfaatan media sosial untuk menyebarkan informasi dalam meningkatkan kesadaran politik. Penggunaan teknologi dalam proses pemilihan, seperti aplikasi pemilih dan sistem informasi TPS, juga dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat. Debat publik, forum diskusi, dan kampanye khusus untuk pemuda juga menjadi strategi penting. Selain itu, aksesibilitas yang ditingkatkan, pemahaman hukum, keamanan, serta pengawasan pemilihan yang intensif menjadi bagian integral dari upaya-upaya ini. Melalui kombinasi strategi ini, diharapkan partisipasi masyarakat dalam Pilpres 2024 di Kota Medan dapat ditingkatkan dalam memperkuat demokrasi, dan memastikan pemilihan berlangsung dengan adil dan transparan.

**Kata kunci:** Partisipasi Masyarakat, Pemilihan Presiden (Pilpres), Kota Medan, Upaya Pendidikan Politik, Media Sosial, Teknologi dalam Pemilihan, Forum Diskusi Publik, Pemuda, dan Aksesibilitas.

### **PENDAHULUAN**

Upaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2024 di Kota Medan, seperti di tempat lain di Indonesia, merupakan tantangan penting dalam memastikan bahwa proses demokrasi berjalan dengan baik. Partisipasi masyarakat dalam proses pemilu adalah salah satu pilar utama dalam sistem demokrasi yang sehat. Salah satu langkah pertama dalam meningkatkan partisipasi masyarakat adalah memberikan pendidikan politik yang baik. Masyarakat perlu memahami pentingnya pemilu, peran mereka dalam memilih pemimpin, dan implikasi dari pilihan mereka. Program-program pendidikan politik, debat publik, dan kampanye sosialisasi dapat membantu meningkatkan kesadaran politik.

Pemerintah dan lembaga non-pemerintah dapat bekerja sama untuk memastikan bahwa masyarakat memiliki akses yang mudah terhadap informasi terkait Pilpres. Ini mencakup penyediaan informasi tentang calon presiden, visi, dan program mereka, serta informasi praktis tentang cara mendaftar dan memberikan suara. Pemilih muda sering kali memiliki tingkat partisipasi yang lebih rendah. Upaya khusus harus dilakukan untuk mendidik dan mendorong pemilih muda untuk terlibat dalam proses pemilu. Kampanye yang disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan generasi muda bisa menjadi salah satu caranya. Proses pendaftaran pemilih harus mudah, efisien, dan dapat diakses oleh semua warga. Memastikan bahwa pemilih memiliki akses yang baik ke tempat pemungutan suara dan jadwal yang nyaman juga penting.

Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pilpres juga perlu memastikan bahwa pemilihan berjalan dengan adil dan jujur. Lembaga-lembaga pemantau pemilu dan transparansi dalam proses pemilihan dapat membantu membangun kepercayaan masyarakat. Masyarakat di Kota Medan memiliki beragam latar belakang etnis, budaya, dan agama. Upaya dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pilpres tahun

2024 di Kota Medan harus dilakukan untuk memastikan bahwa semua kelompok masyarakat merasa diakui dan terlibat dalam proses pemilihan yang akan mendukung proses demokrasi yang lebih kuat dan lebih representatif.

## **METODE**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode studi kepustakaan atau literature review. Literature review adalah ikhtisar tentang penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa orang terdahulu dengan topik yang spesifik untuk menunjukkan suatu kebenaran atau kepastian kepada para pembaca tentang apa yang sudah diketahui atau bahkan yang belum diketahui untuk mencari hal yang rasional dari penelitian sebelumnya atau bahkan untuk menemukan ide bagi penelitian di masa yang akan datang. Penulis melakukan dan menetapkan menggunakan metode studi literature ini setelah menentukan topik yang akan menjadi bahan penelitian ini dan juga telah menemukan rumusan masalah yang akan dicari dan dibahas dalam penelitian ini.

Data yang diambil dan digunakan dalam penelitian ini berasal dari berbagai sumber seperti jurnal-jurnal penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang diambil secara online yang diterbitkan secara nasional. Proses penyaringan data dilakukan berdasarkan dengan adanya penyaringan yang telah ditentukan oleh penulis dari berbagai jurnal yang diambil, adapun kriteria tersebut adalah tahun sumber literatur yang diambil di mulai dari tahun 2018 hingga penelitian yang terbaru dan berbagai jurnal yang diambil dilakukan dengan pengambilan melalui situs yang telah terakreditasi atau bahkan melalui laman universitas dari jurnal tersebut. Jurnal penelitian yang telah sesuai dengan kriteria dikumpulkan dan dibuat ringkasannya meliputi nama peneliti, tahun terbit, tujuan penelitian, sampel, alat ukur yang digunakan, dan ringkasan hasil temuan. Kemudian dilakukannya analisis terhadap isi dan tujuan penelitian dari ringkasan hasil temuan dengan menggunakan metode analisis isi jurnal.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Partisipasi Masyarakat Dalam Pilpres**

Berdasarkan hasil analisis data dengan metode analisis isi jurnal dapat diketahui bahwa masih banyak kaum milenial dan gen z yang tidak ingin atau tidak tertarik untuk berpartisipasi dalam pilpres yang akan diadakan pada tahun 2024, melihat dari rendahnya ketertarikan masyarakat untuk memberikan suaranya pada pilpres yang dilakukan pada tahun-tahun sebelumnya sesuai dengan isi jurnal terdahulu, masih banyaknya masyarakat yang belum menyadari bahwa suara yang mereka berikan bisa saja memberikan dampak pada keputusan mengarah kepada perubahan dengan memilih pemimpin negara selanjutnya.

Banyak dari masyarakat yang harus terlebih dahulu diberikan janji-janji atau iming-iming seperti dengan adanya isu penghapusan pajak yang pernah terjadi pada pemilu tahun 2019 lalu dan juga dengan iklan-iklan politik seperti yang sering tersiarkan di tv nasional. Bahkan ada dari mereka yang memilih hanya karena terpancing oleh adanya berita-berita hoaks yang beredar diberbagai social media sehari-hari, mereka juga terkadang ikut dalam pembahasan dan penyebaran berita-berita yang tidak seharusnya dipublikasikan seperti berita fitnah dan bahkan ujaran kebencian.

### **B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat**

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pilpres 2024, penulis melihat dari hasil analisis jurnal terdahulu, antara lain:

1. Adanya pengaruh dari luar

Pengaruh dari luar adalah adanya masyarakat yang menjadi tim sukses salah satu kandidat presiden biasanya orang-orang yang dijadikan tim sukses adalah orang yang memiliki kuasa atau pengaruh tersendiri sehingga dapat merubah pemikiran dan dapat mengambil simpati dari para pemilih.

2. Iming-iming yang diberikan oleh berbagai partai politik

Seperti yang terjadi pada tahun 2019 isu penghapusan pajak kendaraan bermotor menjadi salah satu janji pada kampanye yang dilakukan oleh partai politik tersebut mempengaruhi partisipasi para pemilih.

3. Karakter calon presiden itu sendiri

Para calon presiden ini memiliki karakter mereka masing-masing. Hal ini dapat mempengaruhi para pemilih dengan melihat karakter yang para kontestan ini tunjukkan melalui berbagai siaran ditv ataupun apa yang mereka tunjukkan disosial media.

4. Situasi dan lingkungan politik

Situasi dan lingkungan sekitar para pemilih juga dapat menjadi faktor dari partisipasi masyarakat, jika kita berada pada lingkungan dan situasi yang membuat kita merasakan antusiasme pemilihan presiden kali ini juga dapat mempengaruhi simpati dan keinginan kita.

5. Iklan dan juga sosialisasi tentang pilpres

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat pengaruh dari iklan politik dengan partisipasi dan sikap yang akan diambil oleh pemilih.

### **C. Upaya Yang Dapat Dilakukan Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat**

KPU Kota Medan melakukan sosialisasi meskipun tidak dalam masa tahapan pemilu. Hal ini dilakukan sebagai pendidikan politik bagi para pemilih sehingga dengan adanya peningkatan pendidikan politik para pemilih, maka akan dapat sejalan dengan kualitas pemilu dimana hasil pemilu adalah cerminan kualitas dari pemilih yang memberikan hak suaranya di Tempat Pemungutan Suara dengan kesadaran politik yang baik. Partisipasi masyarakat tidak dapat dilepaskan dari pengetahuan masyarakat itu sendiri tentang kepemiluan yang hendak dilakukan, hal ini tercermin dari sejauh mana dan sedalam apa masyarakat memiliki pendidikan politik sehingga memiliki semangat yang tinggi untuk dapat ikut berpartisipasi dalam pemilu. Begitu juga dengan kegiatan sosialisasi bagi pemilih pemula khususnya untuk tingkat perguruan tinggi turut menjadi sasaran yang strategis bagi KPU Kota Medan dalam melaksanakan kegiatan RPP.

Peran Komisi Pemilihan Umum dalam pemilihan kepala pemerintahan mengenai seluruh tahapan, program dan jadwal pelaksanaan Pemilihan (pemutakhiran data dan daftar pemilih, pencalonan dalam pemilihan, kampanye dalam pemilihan, dana kampanye peserta pemilihan, pemungutan, penghitungan dan rekapitulasi hasil penghitungan suara Pemilihan serta penetapan Pasangan Calon terpilih). Kemudian sosialisasi dengan komunikasi tatap muka melalui media massa, media sosial, media kreasi, papan pengumuman KPU dan sebagainya. Dari hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis jurnal terdahulu diketahui bahwa KPU Kota Medan belum melakukan sosialisasi kepada masyarakat, sehingga tidak mengetahui informasi mengenai pemilihan yang diberikan oleh KPU. Padahal KPU memiliki peran yang cukup penting untuk meningkatkan keinginan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pilpres kali ini.

Melihat hasil penelitian yang disajikan dari penelitian sebelumnya, iklan politik merupakan salah satu sarana dalam strategi marketing politik yang tepat untuk digunakan dalam upaya memenangkan Pilkada. Iklan politik yang disampaikan melalui media luar ruang mempunyai pengaruh besar dalam membentuk opini dan kepercayaan masyarakat. Melalui pesan yang disampaikan tersebut, masyarakat memperoleh informasi baru yang dituangkan dalam sikap terhadap hal tersebut. Melalui iklan politik media luar ruang, pemilih memiliki landasan dalam menentukan sikap dan perilakunya. Perilaku pemilih dapat ditunjukkan dalam hal pemberian hak suara dan menentukan pilihan terhadap pasangan calon yang ada.

## **KESIMPULAN**

Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2024 di Kota Medan, diperlukan beberapa upaya yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran politik, memperluas akses informasi. Seperti, misalnya melalui kampanye publik yang efektif dan edukatif, baik lewat media massa, sosial, atau kegiatan langsung, informasi mengenai calon, visi-misi, serta agenda politik perlu disebarkan dengan jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat, serta mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam proses demokrasi. Kemudian, adanya program pendidikan politik yang inklusif dan mudah diakses yang dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya Pilpres, proses pemilihan, peran mereka dalam proses tersebut, serta dampaknya bagi masyarakat dan negara. Serta, memastikan bahwa informasi terkait pemilihan, seperti prosedur registrasi pemilih, lokasi tempat pemungutan suara, dan profil calon, tersedia secara luas dan mudah diakses oleh masyarakat, terutama melalui platform online dan offline.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akhyar. 2018. Pengaruh Iklan Politik Terhadap Presepsi Pemilih Kota Medan Tahun 2018. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan
- Amalia; Kharani.F;Zulhamry.R. 2019. KETERTARIKAN MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP ISU PRNGHAPUSAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2019. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan
- Anugrah; Kusmanto. 2020. Peranan Komisi Pemilihan Umum Kota Medan Melakukan Sosialisasi Rumah Pintar Pemilu (RPP) Untuk Tingkat Mahasiswa di Medan. Universitas Sumatera Utara. Medan
- Perwirawati; Riris; Lestari. 2019. POLA KOMUNIKASI KELOMPOK AGAMA DALAM PENCEGAHAN PENYEBARAN UJARAN KEBENCIAN DI KECAMATAN MEDAN POLONIA PADA PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2019. Universitas Darma Agung. Medan
- Rifail; Adhani.A. 2020. PERAN KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT DALAM PILKADA KOTA MEDAN TAHUN 2020. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan
- Srimulyani; Atika.N; Ratna. PENGGUNAAN ISU PAJAK KENDARAAN BERMOTOR TERHADAP KEBERHASILAN PEMILU LEGISLATIF/PARTAI POLITIK TAHUN 2019 Di Kota MEDAN. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.