

## SOSIALISASI PEMUDA CERDAS POLITIK: UPAYA MEWUJUDKAN SWING VOTERS SEBAGAI SUBJEK POLITIK DALAM PEMILU

Siti Witianti<sup>1</sup>, Ratnia Sholihah<sup>2</sup>, Caroline Paskarina<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Departemen Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran

Korespondensi : [siti.witianti@unpad.ac.id](mailto:siti.witianti@unpad.ac.id)

### ABSTRACT

*Swing voters are a contested segment in the general election. One part of the swing voters segment is youth voters, so the election participants often use youth as political objects. This Community Service Program seeks to rebuild the potential of youth as political subjects so that they have important positions in various political dimensions. This program is carried out by means of seminars and filling out pre-test and post-test. The results of this program show that the youth community in RT 03 RW 02 Kelurahan Sekejati Kecamatan Buah Batu, in Bandung City are generally ready to vote and participate actively in politics. In addition, this program illustrates that the youth community in that area can play a greater role in politics, especially in elections.*

**Keywords :** *Political Socialization, Swing Voters, Youth as Political Subject, Elections*

### ABSTRAK

Swing voters merupakan segmen yang diperebutkan dalam Pemilu. Salah satu bagian dari segmen swing voters adalah pemilih pemuda, sehingga pemuda seringkali dijadikan sebagai objek politik oleh peserta pemilu. Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini berupaya untuk membangun kembali potensi pemuda sebagai subjek politik, sehingga memiliki posisi penting dalam berbagai dimensi politik. Program ini dilakukan dengan cara seminar dan pengisian pre test dan post test. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa pemuda RT 03 RW 02 Kelurahan Sekejati Kecamatan Buah Batu Kota Bandung siap untuk memilih dan berpartisipasi aktif dalam politik. Selain itu, program ini menggambarkan bahwa mereka dapat lebih berperan dalam politik, khususnya dalam Pemilu.

**Kata Kunci :** *Sosialisasi Politik, Swing Voters, Pemuda Subjek Politik, Pemilu*

### RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 12/09/2023

Diterima : 22/05/2023

Dipublikasikan : 12/08/2023

### PENDAHULUAN

Undang-Undang No. 40 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 1 menjelaskan bahwa pemuda merupakan Warga Negara Indonesia (WNI) yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam

belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun. Usia tersebut dikatakan sebagai usia produktif dan telah masuk pada kategori pemilih di Indonesia, yaitu 17 tahun. Nugraha, dkk (2016) menjelaskan bahwa pada umumnya pemuda tidak mudah terikat pada suatu platform atau

ideologi partai politik, namun lebih tertarik pada hal-hal yang mendukung *life style* mereka. Oleh karena itu, ketertarikan pemuda terhadap isu politik dapat dikatakan minim, jika tidak berhubungan langsung dengan gaya hidup mereka.

Lilleker (2003) menjelaskan bahwa setidaknya terdapat tiga kategori pemilih dalam suatu ajang kontestasi politik, yaitu loyalis partai beraliran konservatif, loyalis partai beraliran massa, dan *swing voters*. Kategori ketiga yang disebut dengan massa mengambang ini identik dengan kelompok atau segmen pemuda dalam Pemilu. Tidak adanya keterikatan terhadap suatu platform politik atau ideologi partai membuat pemuda mudah berubah pilihan dalam menentukan kandidat atau partai yang akan dipilihnya dalam Pemilu, sehingga suara mereka cenderung diperebutkan oleh partai politik. Zuhro (dalam Maruf, 2018) menjelaskan bahwa massa mengambang merupakan objek politik yang paling banyak diperebutkan suaranya dalam Pemilu. Dengan demikian, posisi ini menegaskan bahwa partai atau kandidat memposisikan pemuda sebagai objek politik yang diperebutkan suaranya. Selaras dengan pendapat Firmanzah (2008) bahwa massa mengambang adalah kelompok yang diperebutkan suaranya oleh partai politik dalam Pemilu.

Pada pemilihan tahun 2018, dari 171 daerah yang mengadakan Pilkada, 40% dari 160 juta lebih pemilih dibawah usia 40 tahun (Jurnaliston, 2018). Persentase tersebut menguatkan posisi pemuda sebagai segmen yang dapat mempengaruhi kemenangan kandidat. Dengan demikian, partai politik atau kandidat yang berkontestasi dituntut untuk merumuskan strategi terbaik dalam memperoleh suara massa mengambang, khususnya dari kalangan pemuda.

Penjelasan di atas menggambarkan bahwa pemuda lebih banyak ditempatkan sebagai objek politik, tidak memiliki peran yang signifikan, hanya cukup dipengaruhi untuk mendapatkan suaranya. Nugrah, dkk (2016) menjelaskan bahwa massa mengambang memiliki ciri khas lain, diantaranya adalah

semakin kritis terhadap kinerja pemerintah, baik di lembaga eksekutif, legislatif, maupun yudikatif. Pernyataan tersebut seakan menjadi antithesis bahwa segmen pemuda mudah untuk didapatkan suaranya. Sikap kritis tersebut dapat diejawantahkan dengan berbagai bentuk, baik itu partisipasi aktif atau bahkan sikap skeptis, sehingga menimbulkan apatisme politik, yang beranggapan bahwa urusan politik tidak akan berpengaruh signifikan terhadap kehidupan atau *life style* mereka. Movanita (2014) menjelaskan bahwa terdapat survei yang menunjukkan sebanyak 53,23% pemuda cenderung memilih menjadi golongan putih atau tidak memilih dalam Pemilu. Sikap Golput tersebut menggambarkan adanya apatisme kalangan pemuda terhadap persoalan politik, khususnya yang berkaitan dengan partai politik dan Pemilu.

Program pengabdian kepada masyarakat ini melihat bahwa pemuda tidak hanya dapat ditempatkan sebagai objek politik sebagaimana lazimnya kita pahami. Posisi pemuda sebagai objek politik tidak menghadirkan output atau platform strategis yang bermanfaat bagi kepentingan kelompok pemuda itu sendiri. Pada konteks ini, partai politik dan kandidat hanya perlu menyesuaikan dengan trend yang sudah ada, sehingga dapat menarik perhatian mereka dan mempengaruhi mereka untuk memilihnya. Namun, berbeda halnya dengan kelompok pemuda yang menjadi subjek politik. Mereka tidak hanya diperebutkan suaranya, namun juga aspirasi dan gagasannya diadopsi oleh kandidat atau partai, sehingga menjadi platform politik atau program dalam kampanye. Dengan demikian, isu-isu kepemudaan menjadi isu strategis yang akan diimplementasikan dalam kebijakan seorang pejabat politik.

Riset dari Azmi, dkk (2020) menjelaskan bahwa pada Pilkada Bandung tahun 2018, salah satu kandidat menggunakan gagasan dari salah satu kelompok pemuda di Kota Bandung untuk merealisasikan program yang bernama, *Youth Space* dan *Co-working Space*. Setelah terpilih, kandidat tersebut merealisasikannya. Program tersebut

merupakan bagian dari gagasan pemuda di Kota Bandung yang menginginkan adanya pusat pengembangan kreativitas dan aktivitas pemuda di Kota Bandung, serta pembukaan tempat-tempat yang dapat menjadi tempat merintis dan mengembangkan usaha pemuda di Kota Bandung. Pusat pengembangan kreativitas dan pembukaan tempat usaha merupakan salah satu respon dari persoalan yang sering dihadapi pemuda, yaitu tidak adanya tempat untuk menyalurkan minat dan bakat, serta maraknya pengangguran di kalangan pemuda, sehingga membutuhkan dukungan dari pemerintah setempat. Dengan diakomodirnya gagasan tersebut, maka kelompok pemuda tersebut tidak hanya mendukung kandidat tersebut, melainkan mereka juga turut serta sebagai tim dan mengembangkan pengaruhnya agar pemuda lainnya turut memilih kandidat tersebut.

Program pengabdian masyarakat yang berbentuk sosialisasi kepada *swing voters*, khususnya dari kalangan pemuda bermaksud untuk mendorong dan meningkatkan wacana keterlibatan pemuda dalam dunia politik. Sebagaimana penjelasan sebelumnya, peran pemuda sebagai subjek politik dapat memberikan dampak signifikan terhadap persoalan yang dihadapi oleh pemuda, seperti halnya penanganan pengangguran dan juga hal lain yang berkaitan dengan pengembangan kepemudaan dan isu-isu kebangsaan lainnya. Pemuda sebagai subjek politik tidak hanya menempatkan segmen ini untuk berpartisipasi dalam Pemilu, melainkan turut serta memberikan sumbangsih kebijakan atau program yang mendukung pengembangan pemuda, baik dalam skala lokal maupun nasional.

Sosialisasi politik bisa dilakukan juga dalam bentuk pendidikan politik, dalam hal ini pendidikan politik bagi pemilih muda yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi serta kualitas partisipasi pemilih dalam kehidupan politik. Sosialisasi politik adalah suatu proses menginternalisasi nilai-nilai politik, kepercayaan dan sikap politik. Aberle mendefinisikan sosialisasi politik adalah "*those patterns of social action, or aspects of action,*

*which inculcate in individuals the skills (including knowledge), motives, and attitudes necessary for the performance of present or anticipated roles...(and which continue) throughout normal human life, in so far as new roles must be learned*". Ia melihat bahwa sosialisasi politik sebagai pola dan aspek tindakan sosial yang menekankan pada kemampuan, pengetahuan, sikap yang diperlukan individu untuk menjalankan perannya sekarang atau yang akan datang sepanjang kehidupan yang normal sampai peran baru dipelajari. Sementara itu Hyman mengatakan bahwa sosialisasi politik adalah pembelajaran individu tentang pola sosial yang sesuai dengan posisi sosialnya sebagaimana dimediasi oleh berbagai agen dalam masyarakat (Iskandar dan Marlina, 2019).

Program ini dilakukan di Kota Bandung, sebagaimana Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki angka bonus demografi yang tinggi. Badan Pusat Statistik (2022) menunjukkan bahwa 70,52% penduduk di Kota Bandung merupakan usia produktif. Bonus demografi tersebut selaras dengan besarnya jumlah pemilih pemula di Kota Bandung, sehingga suara mereka turut berperan besar terhadap kontestasi politik di Kota Bandung. Dengan demikian, pemilih pemula yang merupakan bagian dari pemuda di Kota Bandung hendaknya tidak hanya menjadi objek dalam perhelatan politik, namun juga dapat berperan dalam dinamika politik di Kota Bandung.

## METODE

Mengacu pada permasalahan partisipasi pemuda dalam pemilihan umum, dan berdasarkan tujuan kegiatan PPM yakni untuk mendorong dan meningkatkan wacana keterlibatan pemuda dalam dunia politik. Maka, Program pengabdian masyarakat ini berupa kegiatan sosialisasi bagi kelompok Pemuda *swing voters*.

Adapun langkah-langkah yang Tim PPM lakukan adalah sebagai berikut:

1. Data terkait permasalahan pemuda *swing voters* dalam pemilu diperoleh dari hasil wawancara dengan Partai Gerindra, PKS, PDI P dan Tidar dan GMI tingkat Provinsi Jawa Barat
2. Sumber data yang dipakai adalah data primer dari hasil wawancara dan data sekunder berupa data Jumlah pemilih muda di kota Bandung yang diperoleh dari KPU Kota Bandung .

#### a. Kerangka Pemecahan Masalah

Sebagaimana sudah diuraikan pada latar belakang berkaitan dengan pentingnya partisipasi pemuda di dalam pemilihan umum, akan tetapi berbagai riset menunjukkan bahwa minat pemuda terhadap isu-isu politik itu sangat minim di Indonesia. Selain itu, Peran pemuda yang seharusnya menjadi subjek politik dalam pemilihan umum justru cenderung menjadi menjadi objek politik yang dimobilisasi oleh partai politik untuk mendukung partai mereka, sehingga partisipasi yang terwujud pun merupakan partisipasi yang tidak sukarela dan bukan atas kesadaran mereka akan pentingnya partisipasi yang mereka lakukan.

Sehingga menjadi salah satu tanggung jawab bagi akademisi terutama yang berkecimpung di bidang Ilmu Politik untuk turut serta membangun pemuda yang cerdas melalui berbagai kegiatan sosialisasi politik sehingga memberikan dalam pemahaman dan kesadaran politik bagi para kelompok pemuda atau *swing voters* untuk menjadi pemilih yang cerdas. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan berbagai metode dan pendekatan disesuaikan dengan kondisi khalayak sasaran.

#### b. Realisasi Pemecahan Masalah

Materi yang diberikan pada kegiatan pengabdian pada masyarakat berkaitan dengan urgensi partisipasi politik dalam pemilihan umum bagi kelompok muda yang akan mengikuti pemilihan pada tahun 2024 mendatang, dilanjutkan dengan pemberian materi terkait Pemuda cerdas politik yang membahas kedudukan pemuda dalam pemilihan umum, yang mengedukasi para

pemuda untuk menjadi subjek dalam pemilihan umum 2024 dan selanjutnya.

#### c. Khalayak Sasaran

Program ini dilakukan di Kota Bandung, sebagaimana Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki angka bonus demografi yang tinggi. Badan Pusat Statistik (2022) menunjukkan bahwa 70,52% penduduk di Kota Bandung merupakan usia produktif. Bonus demografi tersebut selaras dengan besarnya jumlah pemilih pemula di Kota Bandung, sehingga suara mereka turut berperan besar terhadap kontestasi politik di Kota Bandung. Dengan demikian, pemilih pemula yang merupakan bagian dari pemuda di Kota Bandung hendaknya tidak hanya menjadi objek dalam perhelatan politik, namun juga dapat berperan dalam dinamika politik di Kota Bandung.

Dengan demikian, khalayak sasaran kegiatan Program Pengabdian Masyarakat ini adalah Pemuda Kota Bandung yang berlokasi di RT 03 RW 02 Kelurahan Sekejati Kecamatan Buah Batu Kota Bandung

Sebagaimana yang dijelaskan sebelumnya jumlah pemuda di Kota Bandung itu cukup besar sehingga menyesuaikan dengan anggaran yang tersedia maka Tim PPM menetapkan pemuda RT 03 RW 02 Kelurahan Sekejati Kecamatan Buah Batu Kota Bandung untuk diundang sebagai peserta Sosialisasi Politik Program Pengabdian Masyarakat kali ini.

#### d. Metode yang Digunakan

Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan yang semuanya sudah diselesaikan. Dimulai dengan berbagai rapat perencanaan kegiatan untuk menentukan tema, bentuk, khalayak sasaran dan materi yang akan disampaikan.

Setelah kegiatan perencanaan selesai dilanjutkan dengan peninjauan lokasi sosialisasi dan pengurusan perijinan serta mempersiapkan berbagai keperluan untuk pelaksanaan kegiatan PPM.

Sampai akhirnya masuk pada tahapan pelaksanaan kegiatan yang berlangsung dengan

baik dan lancar tanpa kendala. Pemateri menyampaikan materinya dengan metode kolaboratif sehingga tidak terlalu banyak menyampaikan teori tetapi lebih dengan metode diskusi dan game.

Keberhasilan penyampaian materi sosialisasi bagi peserta dilakukan dengan menyelenggarakan pre test dan post test, sehingga Tim PPM dapat membandingkan pencapaian tujuan dari kegiatan PPM yang telah diselenggarakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Hasil yang dicapai

Pada bagian ini akan dijelaskan uraian dari setiap tahapan kegiatan yang sudah dilakukan sebelum waktu laporan kemajuan PPM ini Tim PPM buat, Tahapan kegiatan terdiri dari Tahap perencanaan, tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap pengolahan dan analisis kegiatan dan data hasil test. Berikut uraian masing-masing tahapan tersebut:

#### **Tahap Perencanaan** (18 April – 30 Juni 2022)

Tahapan perencanaan, dilakukan dengan mendiskusikan rancangan penyelenggaraan kegiatan PPM, yakni mulai merancang bentuk dan model sosialisasi yang efektif bagi pemuda, menentukan peserta, menentukan materi yang akan diberikan, menentukan narasumber, serta menentukan lokasi kegiatan sosialisasi politik ini akan diselenggarakan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan satu rangkaian dengan riset yang berjudul “MOBILISASI PEMUDA DALAM KAMPANYE POLITIK: Studi terhadap Partai Gerindra, PDIP, dan PKS pada Pemilu 2019 di Jawa Barat”.

Pada kajian awal riset RPLK tersebut terdapat data yang menunjukkan jumlah pemuda kota Bandung yang cukup besar, akan tetapi tingkat partisipasi politik pemudanya rendah. Sedangkan di sisi lain saat ini pemuda lebih sering menjadi objek partai politik untuk mendulang suara atau dukungan dari kalangan pemuda.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dalam tahap perencanaan Tim PPM memutuskan untuk melakukan sosialisasi politik khususnya untuk segmen pemuda di Kota Bandung, untuk meningkatkan peran politik para swing voters dalam kampanye pemilihan umum 2024 dengan lebih cerdas dan otonom. Dengan demikian, Tim PPM menentukan judul “*Sosialisasi Politik tentang Pemuda Cerdas Politik: Swing voters sebagai subjek Politik Nasional dan Daerah*” dalam kegiatan PPM tersebut.

Selain menentukan tema yang sudah diuraikan sebelumnya, melalui beberapa kali pertemuan yang dilakukan tim PPM, dan beberapa keputusan yang disepakati oleh Tim PPM sebagai berikut:

1. Model PPM berbentuk Sosialisasi Politik bagi Pemuda
2. Metode penyampaian materi yang dilakukan antara lain test, ceramah, diskusi dan game.
3. Peserta ditetapkan hanya di satu wilayah kecil saja yaitu tingkat RT dengan tujuan mempermudah koordinasi dan pengumpulan peserta.
4. Materi yang diberikan terkait partisipasi politik pemuda dalam pemilu dan pemuda cerdas politik.
5. Narasumber berjumlah dua orang.
6. Lokasi kegiatan sosialisasi politik di Kota Bandung.

#### **Tahap Persiapan** (1 - 26 Agustus 2022)

Tahapan persiapan berupa kegiatan yang dilakukan untuk menindaklanjuti perencanaan yang sudah Tim PPM buat untuk terlaksananya kegiatan PPM.

Pada tahapan ini Tim PPM melakukan pembagian tugas dengan anggota tim dan asisten riset, selanjutnya melakukan survei khalayak sasaran yang sudah Tim PPM rencanakan sebelumnya, setelah memastikan sasaran dan menentukan peserta yang akan Tim PPM undang pada kegiatan sosialisasi tersebut, Tim PPM melakukan proses perizinan mulai dari pembuatan surat izin dan menyampaikan surat izin tersebut ke lokasi yang Tim PPM

jadikan sasaran kegiatan sosialisasi politik yakni kepada RT setempat sampai akhirnya dikeluarkan izin dari RT setempat untuk Tim PPM melakukan kegiatan PPM.

Kegiatan selanjutnya adalah menentukan jumlah peserta sebanyak 25 pemuda, setelah itu menentukan tempat kegiatan dengan melakukan survei ke beberapa tempat, akhirnya ditetapkan tempat dilangsungkannya PPM di Fox Lite Harris Hotel MIM Bandung. Terakhir Tim PPM memverifikasi Narasumber dan judul materi yang akan disampaikan dengan mempertimbangkan hasil analisis situasi yang dijelaskan pada bagian latar belakang, maka ditetapkan dua materi yang disampaikan untuk mewujudkan tujuan sosialisasi politik sebagai berikut:

1. Urgensi Partisipasi Politik dalam Pemilihan Umum dengan Narasumber Dr. Siti Witianti, S.IP., MSi (Dosen Departemen Ilmu Politik FISIP Unpad)
2. Pemuda sebagai Subjek Politik dalam Pemilu yang disampaikan oleh Muhammad Fazrul Azmi, S.IPol., M.IPol (Staf Ahli Bawaslu Kota Bandung).

#### **Tahap Pelaksanaan** ( 27 Agustus 2022)

Kegiatan PPM ini telah dilaksanakan pada hari sabtu, 29 Agustus 2022 jam 15.30 sampai dengan 17.30. Dengan lokasi kegiatan di Meeting room FOX HARRIS Lite Metro Indah Mall Bandung, Jl. MTC Barat No.590, Sekejati, Kec. Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286. Kegiatan PPM tersebut dihadiri oleh 25 orang peserta dan lima orang panitia. Rangkaian acara sosialisasi politik yang dilaksanakan antara lain:

1. Para peserta mengisi daftar hadir yang dibuat oleh Tim
2. Pembukaan acara yang berisi perkenalan dan penyampaian maksud dan tujuan dari penyelenggaraan kegiatan PPM tersebut.
3. Pre test (soal dibuat dalam bentuk Google Form dengan link: <https://bit.ly/pemudacerdaspolitik>)
4. Penyampaian materi oleh dua narasumber

5. *Post Test*, pada tahap ini peserta mengisi pertanyaan yang sama dengan soal pada pre test.
6. Penutupan berisi kesimpulan dan ucapan terima kasih serta penyerahan Plakat.

#### **Tahap Pengolahan data** (28-30 Agustus 2022)

Pengolahan data yang dimaksud adalah mengolah data hasil pre test dan post test yang diisi oleh peserta pada saat pelaksanaan kegiatan sosialisasi politik selanjutnya tim melakukan analisis dan evaluasi kegiatan PPM yang sudah dilaksanakan, selain diskusi tentang kegiatan PPM juga Tim mendiskusikan kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan tersebut. Dan terakhir menyusun draft atau naskah artikel jurnal PPM, serta mensubmit artikel tersebut ke Jurnal Kumawula Unpad.

#### **b. Pembahasan**

Sosialisasi Politik memberikan gambaran terkait bagaimana proses warga negara mendapatkan pemahaman mengenai identitas, nilai, dan perilaku politik yang gigih dalam kehidupan (Neundorf & Smets, 2017). Dengan kata lain, sosialisasi politik dapat dipahami sebagai proses penanaman dan pembentukan identitas dan kesadaran warga negara dalam berpolitik. Aktivitas ini mencakup cara bagaimana seorang warga negara memperoleh gagasan dan nilai yang dapat membentuk prinsip dan ideologi politik mereka.

Sosialisasi politik merupakan suatu bentuk upaya transmisi ide, gagasan, nilai, serta budaya politik kepada suatu individu sebagai warga negara. Hal ini juga mencakup proses penerimaan ide, gagasan, nilai, serta budaya politik oleh individu tersebut guna membentuk sikap dan orientasi politik secara pribadi. Sosialisasi politik terlaksana dengan melibatkan media, baik formal maupun non-formal yang pada umumnya disebut sebagai agen.

Sosialisasi politik secara umum memiliki tujuan utama untuk memberikan pemahaman nilai dan sikap politik kepada generasi baru yang berkepanjangan dan berpengaruh terhadap frekuensi generasi baru dalam aktivitas partisipasi politik. Keterkaitan

antara sosialisasi politik, partisipasi politik, dan pemilih muda terletak pada fungsi dan tujuan dari sosialisasi politik itu sendiri. Bertujuan untuk meningkatkan frekuensi partisipasi politik terutama pada pemilih muda, yang pada akhirnya peningkatan partisipan muda memiliki tujuan akhir yaitu perpindahan generasi dalam sistem politik.

Gabriel A. Almond menggambarkan agen sosialisasi sebagai institusi dan organisasi yang mempengaruhi sikap politik, diantaranya (Almond, 1990):

1. Keluarga – merupakan agen primer yang dapat melestarikan nilai-nilai politik dan sangat berkontribusi pada pandangan ideologi politik awal pada individu sebagai anak-anak. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa keluarga memiliki efek terhadap pengetahuan politik, identifikasi, dan partisipasi, namun juga tergantung pada beberapa faktor, seperti demografi keluarga, siklus kehidupan, gaya pengasuhan, tingkat sinisme politik orang tua, serta frekuensi diskusi politik dalam keluarga.
2. Sekolah– merupakan lingkungan kedua dimana suatu individu banyak menghabiskan waktu selama hidupnya, bertahun-tahun di sekolah memungkinkan suatu individu mendapatkan pandangan dunia mengenai sistem politik yang memungkinkan pembentukan sikap politik pada individu tersebut. Melalui sekolah, suatu individu diberikan pemahaman prinsip utama, seperti hal dan properti individu, tanggung jawab, dan kewajiban mereka sebagai warga negara.
3. Media Massa – selain menjadi sumber informasi politik, media massa juga berpengaruh terhadap nilai dan keyakinan politik seseorang. Berbagai platform media, liputan berita, dan lain sebagainya memberikan sikap partisan yang berbeda yang terkait dengan partisipasi politik.
4. Agama – memegang peran dalam pembentukan opini politik dan partisipasi politik. Hal ini terbukti dalam masyarakat Arab dimana tidak terdapat perbedaan yang

jelas antara budaya politik dan agama. Hal ini juga terjadi di Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduknya menganut agama Islam dengan munculnya partai politik Islam.

5. Partai Politik– Campbell (1960) menekankan bahwa partai politik memiliki pengaruh langsung yang sangat kecil pada suatu individu, hal ini karena terdapat kesenjangan faktor sosial, seperti usia, kekuasaan, dan lain sebagainya.
6. Negara – menjadi sumber informasi utama bagi media, serta memiliki kemampuan untuk memberikan informasi yang bersifat benar dan salah.

Salah satu tujuan partisipasi politik adalah untuk meningkatkan partisipasi politik pemuda sehingga menjadi subjek dalam politik khususnya pada kontestasi pemilu. Selanjutnya perlu dipahami urgensi partisipasi politik pemuda yang merupakan perwujudan peran pemuda sebagai subjek politik baik di tingkat nasional maupun di tingkat lokal.

Partisipasi politik telah banyak didefinisikan oleh para ilmuwan politik melalui berbagai cara, mulai dari pemahaman yang cenderung restriktif, yaitu sebagai kegiatan yang dilakukan oleh warga negara secara langsung dan memiliki tujuan untuk mempengaruhi pemilihan personel pemerintah dan tindakan yang mereka ambil (Verba & Nie, 1972) hingga melalui pendekatan yang sangat luas, yaitu mengacu pada partisipasi politik sebagai istilah kategoris untuk kekuasaan warga negara (Arnstein, 1969). Dengan begitu, dapat dipahami secara umum bahwa partisipasi merupakan aktivitas warga negara yang berpengaruh terhadap politik suatu negara.

Generasi pemilih muda termasuk juga pada generasi milenial, dimana dalam kehidupan sehari-harinya mereka telah hidup berdampingan dengan kemajuan teknologi, seperti ponsel pintar, laptop, internet, media sosial, dan lain sebagainya. Generasi ini pada umumnya cenderung lebih terbuka terhadap hal-hal baru dan asing, cenderung lebih mandiri, dan memiliki pola pikir yang lebih kritis. Dalam aspek politik, generasi pemilih

muda menghadapi proses transisi yang sangat menantang, dimulai dari fluktuasi problematik politik dalam negeri, dampak globalisasi, terorisme, dan lain sebagainya. Ditambah lagi, fakta menyatakan bahwa generasi pemilih muda memegang beban sebagai penerus pimpinan Republik Indonesia selanjutnya pada saat genap 100 Tahun, yaitu tahun 2045. Pada masa tersebut, pemilih muda akan memegang peranan yang sangat penting dan akan menentukan keberlangsungan Republik Indonesia (Tariq et al., 2022).

Pemilih muda merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh signifikan pada pemilihan umum atau pemilu. Hal ini ditunjukkan dengan kesadaran partai politik yang tengah memburu suara para pemilih muda pada sebelum masa kampanye dimulai. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2019, pemilih muda mengalami peningkatan yang luar biasa dibanding dengan jumlah pemilih muda pada pemilu 2014. Dari 20.440.862 pemilih muda di tahun 2014, meningkat terus sampai menyentuh angka 86.001.519 di 2019. Angka ini didasari oleh adanya bonus demografi dari populasi masyarakat yang tengah berada di jangkang usia yang sangat produktif, dengan rentang usia yang terhitung dari 15 tahun sampai 64 tahun. Sehingga, situasi ini akhirnya menjadi sebuah potensi kekuatan yang besar bagi partai-partai dalam menargetkan para pemilih muda sebagai segmentasi pemilih mereka.

Usia pemilih muda seringkali menjadi 'swing voter' yang tidak dapat dipisahkan dalam setiap siklus pemilu. Selama siklus pemilu, seringkali diadakannya sosialisasi, kampanye, serta ajakan partisipasi politik kepada pemilih muda hingga bagaimanapun caranya pemilih muda mungkin untuk memberikan hak suaranya. Namun, konsep 'swing voter' seringkali diabaikan dan tidak dijadikan fokus dalam pemilu (Mayer, 2008).

Swing voter merupakan pemilih yang tidak dapat berkomitmen atau tidak memiliki prinsip yang kuat pada suatu kandidat atau kandidat lainnya sehingga upaya persuasi tidak membuahkan hasil yang sempurna, dengan kata lain upaya persuasi dikatakan sia-sia (Mayer,

2008). *Swing voter* juga menjadi suatu fenomena menarik dan selalu menjadi perhatian dalam periode kampanye hingga pemilu, *swing voters* digambarkan sebagai rakyat yang berada dalam tahap sedang/belum memantapkan pilihannya yang mana pilihannya dapat berubah seiring berjalannya waktu. Hal ini biasanya diakibatkan oleh kecenderungan akan pendidikan dan pemahaman politik yang masih tergolong rendah dari para pemilih muda.

*Swing voter* memegang peran berpotensi signifikan, dalam konteks kampanye pemilu, tidak semua pemilih adalah sama. Pemilih menerima perhatian dan tawaran dari kampanye sesuai dengan 'imbalan' yang diharapkan, hal ini berarti jumlah suara dapat diperoleh sehingga dan setidaknya tidak kalah dari pihak lain. Dengan begitu, kampanye pada umumnya akan menerima begitu saja pendukung yang paling berkomitmen dan akan menekankan upaya persuasif kepada pemilih yang ragu-ragu atau memiliki komitmen yang lemah. Hal ini merupakan salah satu strategi kampanye politik dalam siklus pemilu (Mayer, 2008).

Fenomena tingginya angka *swing voters* di Indonesia, menjadikan kegiatan kampanye pemilu sebagai ajang perlombaan kampanye yang paling berkesan hingga pada saat pemilu diadakan. Para *swing voters* akan cenderung memberikan hak suaranya pada kandidat yang melakukan kampanye dan dianggap paling berkesan. Dengan kata lain, kampanye pemilu dapat dipahami sebagai pemasaran dalam dunia politik dengan tujuan untuk mendapatkan hasil sebanyak-banyaknya, yaitu hak suara yang bersumber dari para *swing vote*.

Hal tersebut yang pada akhirnya menjadikan kegiatan sosialisasi politik dalam rangka mewujudkan pemuda yang cerdas politik menjadi penting dan harus terus menerus dilakukan oleh semua agen sosialisasi politik agar tujuan untuk mensejahterakan bangsa akan segera terwujud.

Selanjutnya hasil dari kegiatan pengabdian ini, berdasarkan hasil tes awal yang dilakukan sebelum materi diberikan

menunjukkan pemahaman peserta yang cukup baik. Ketika ditanyakan tentang pemilu dan tujuan pemilu hampir 90% memberikan jawaban yang hampir tepat. Ketika ditanya soal apakah mereka akan pergi ke TPS juga mereka 99% menjawab mereka akan datang ke TPS untuk memilih, akan tetapi berdasarkan hasil diskusi pada saat pemberian materi yang menjadi permasalahan adalah ketika mereka akan memilih, mereka bingung dengan pilihan yang mereka tidak kenal terhadap kandidat-kandidat yang harus mereka pilih.

Pada sesi tanya jawab diikuti dengan sangat antusias dengan banyaknya pertanyaan yang mereka sampaikan, pada dasarnya pemuda di Kota Bandung sudah memiliki kecemasan terhadap keadaan politik saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda sesungguhnya tidak sama sekali tidak peduli terhadap masalah politik dan ini salah satu potensi bahwa ketika pemuda sudah memiliki pemahaman yang cukup tentang pentingnya pemilu dan partisipasi pemuda dalam pemilu mereka akan melakukan perannya dengan baik.

Permasalahan yang menjadi kendala dalam pemuda untuk berperan aktif dalam politik adalah diakibatkan fenomena yang ditunjukkan saat ini memberikan citra bahwa politik itu buruk dan menakutkan, dan mereka merasa bahwa mereka tidak akan mungkin melawan penguasa dengan partisipasi yang mereka lakukan.

Situasi tersebut yang menjadikan kegiatan sosialisasi politik dalam rangka mencerdaskan para pemilih muda sangat penting dan harus terus menerus dilakukan. Agar kelompok muda ini semakin memiliki pemahaman politik yang baik dan dapat melakukan peran politiknya juga dengan cara yang baik sehingga mampu menjadi subjek politik yang dapat mempengaruhi keputusan-keputusan politik yang kurang baik.

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian ini, para peserta sebagian besar sudah memiliki sedikit pemahaman tentang pemilu dan urgensi partisipasi politik, dengan mendapatkan materi tentang partisipasi politik dalam pemilu dan materi bagaimana menjadi pemilih yang cerdas,

maka mereka semakin yakin dan semakin siap untuk tetap turut serta minimal dalam menyalurkan suaranya, sedangkan untuk kegiatan partisipasi yang lebih tinggi seperti ikut serta dalam kampanye, mencalonkan diri sebagai anggota dewan, menjadi relawan pemantau pemilu maupun aktif di partai politik jawabannya belum tegas akan berpartisipasi tetapi lebih memilih ragu-ragu.

Hal lain yang muncul dalam diskusi pada setelah pemaparan materi adalah ketidakpahaman mereka untuk berpartisipasi melalui media sosial, sedangkan pemilih muda saat ini sangat lekat dengan gadget. Akan tetapi, dari pertanyaan yang muncul menunjukkan adanya perhatian mereka terhadap cara pemilihan, dan mereka memberikan saran untuk menindaklanjuti terkait e-voting karena menurut mereka dengan cara tersebut pemilihan dapat dilakukan dengan lebih efektif.

Terkait e-voting yang belum dilaksanakan dalam pemilihan di Indonesia tersebut pemateri memberikan pandangan tentang peluang, tantangan dan hambatan yang dihadapi saat ini dalam penggunaan e-voting. Selain itu dijelaskan aplikasi yang sudah mulai digunakan di Indonesia adalah aplikasi SIPOL (Sistem Informasi Partai Politik) yang digunakan untuk mempermudah pendaftaran parpol pada pemilu 2024, sistem ini sudah mulai dipakai pada pemilu 2019.

## SIMPULAN

Pemilih muda pada dasarnya merupakan salah satu aktor yang memiliki pengaruh signifikan pada pemilihan umum atau pemilu. Keadaan seperti ini dimanfaatkan dengan kesadaran partai politik yang tengah memburu suara para pemilih muda pada sebelum masa kampanye dimulai.

Dengan demikian, Pemuda yang dengan kedudukannya sebagai *Swing voters* merupakan segmen yang diperebutkan dalam Pemilu, sehingga pemuda seringkali dijadikan sebagai objek politik dari peserta pemilu. Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini berupaya untuk membangun kembali potensi

pemuda sebagai subjek politik, sehingga memiliki posisi penting dalam berbagai dimensi politik. Program ini dilakukan dengan cara seminar dan pengisian pre test dan post test. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa pemuda di Kota Bandung umumnya siap untuk memilih dan berpartisipasi aktif dalam politik. Selain itu, program ini menggambarkan bahwa pemuda di Kota Bandung dapat lebih berperan dalam politik, khususnya dalam Pemilu.

Permasalahan terkait pemuda sebagai swing voters ini akan sedikit teratasi jika dilakukan kegiatan sosialisasi politik lebih intensif dan dengan jangkauan yang lebih luas. Untuk dapat mencapai hal tersebut tindak lanjut dari kegiatan PPM ini perlu dilakukan hal hal seperti :

1. Sosialisasi Politik tentang pemuda cerdas politik dilakukan lebih secara rutin dan lebih luas, dengan mengaktifkan semua agen sosialisasi politik yang ada.
2. Sosialisasi dapat dilakukan secara langsung melalui penyuluhan agar dapat menjangkau masyarakat di berbagai daerah terutama yang jauh dari jangkauan internet, dan sosialisasi tidak langsung melalui media sosial.

Kegiatan yang telah dilakukan Tim PPM selain mendapatkan dukungan, juga harus menghadapi berbagai faktor kendala. Beberapa faktor yang mendukung terlaksananya kegiatan PPM ini antara lain, Pendanaan yang bersumber dari Hibah Unpad, Tim Peneliti dan Research Asisten yang solid, kemudahan dalam hal proses perizinan dari pihak fakultas maupun dari pemerintah tempat khalayak sasaran dan juga dibantu kemudahan komunikasi melalui online serta media online untuk membantu mengumpulkan data sekunder dan permasalahan terkait pemuda dalam politik.

Sedangkan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan PPM ini adalah jangkauan pemilih muda yang terlalu luas sehingga cukup sulit untuk menentukan khalayak sasaran, selain itu dana yang diterima tidak mencukupi sebaran pemuda yang begitu luas dan jumlahnya yang banyak di Kota Bandung. Walaupun demikian, melalui setiap tahapan mulai dari perencanaan

hingga akhirnya kegiatan sosialisasi tersebut bisa terlaksana.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almond, Gabriel A. (1990). *Political Culture. a discipline divided*. <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199935307.001.0001/oxfordhb-9780199935307-e-98>
- Azmi, MF., dkk. 2020. Strategi Oded-Yana dalam Memenangkan Suara Pemuda pada Pilwalkot Bandung 2018. *Jurnal Civic Hukum*, Vol.5 No.1
- Campbell, C. M. (1960). *The American Voter*. New York: John Wiley.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Glasberg, Davita Silfen; Shannon, Deric (2011). *Political sociology: Oppression, resistance, and the state*. Thousand Oaks: Pine Forge Press. p. 56.
- Iskandar, Dian dan Neni Marlina. 2019. Pendidikan Pemilih Muda Cerdas Di Boyolali *Jurnal Pengabdian Vokasi*, Vol. 01, No. 01, Juni 2019 ISSN 2621 – 8801. <file:///C:/Users/Wien/Downloads/4713-15586-1-PB.pdf>
- Jurnaliston, Reza. 2018. "Suara Generasi Milenial Sangat Potensial dalam Pemilu". Melalui <https://nasional.kompas.com/read/2018/05/07/15570811/suara-generasi-milenial-sangat-potensial-dalam-pemilu> [7/5/18]
- Kononova, A.; Saleem, A. (2011). "The role of media in the process of socialization to American politics among international students". *International Communication Gazette*. **73** (4): 302–321. [doi:10.1177/1748048511398592](https://doi.org/10.1177/1748048511398592).
- Lilleker. 2003. *Political Marketing: The Cause of an Emerging Democratic Deficit in Britain?*. Dipresentasikan pada Political Studies Conference: University of Leicester.
- Maruf, Irfan. 2018. "LIPI: Swing Voters Pemilu 2019 Didominasi Pemilih Muda". Melalui <https://www.inews.id/news/nasional/lip>

- i-swing-voters-pemilu-2019-didominasi-pemilih-muda/288333> [21/10/18]
- Mayer, W. G. (2008). What exactly is a swing voter? Definition and Measurement. *The Swing Voter in American Politics*, 1–31.
- Memon, S., Ishak, M. S. Bin, & Hamid, N. B. A. (2017). The Influence of Political Socialization Agents on Political Participation of Pakistani Youths. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 3(2), 130. <https://doi.org/10.25124/liski.v3i2.949>
- Movanita, Ambaranie Nadia Kemala. 2014. "Skeptis pada Parpol, Mayoritas Pemilih Muda Berpotensi Golput". Melalui <<https://nasional.kompas.com/read/2014/04/04/1513405/Skeptis.pada.Parpol.Mayoritas.Pemilih.Muda.Berpotensi.Golput>> [4/4/14]
- Neundorf, A., & Smets, K. (2017). Political Socialization and the Making of Citizens. In *Oxford Handbooks Online in Political Science* (Issue January). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199935307.013.98>
- Nugraha, A R., Sjarifah, N A., & Budiana, H R. 2013. Perilaku Komunikasi Politik Pemilih Pemula di Pilkada Kabupaten Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 102-113.
- Pearson-Merkowitz, Shanna; Gimpel, James G. (2009-08-19). *Religion and Political Socialization*. [doi:10.1093/oxfordhb/9780195326529.003.0006](https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195326529.003.0006).
- Pew Research Center. (2014). Many in emerging and developing nations disconnected from politics: participation highest in middle east. *Pew Research Center*, 49.
- Tariq, R., Zolkepli, I. A., & Ahmad, M. (2022). Political Participation of Young Voters: Tracing Direct and Indirect Effects of Social Media and Political Orientations. *Social Sciences*, 11(2). <https://doi.org/10.3390/socsci11020081>
- Ventura, Raphael (2016). "Family Political Socialization in Multiparty Systems". *Comparative Political Studies*. 34 (6): 666–691. [doi:10.1177/0010414001034006004](https://doi.org/10.1177/0010414001034006004)