

ABSTRAK

Esport atau emobile gaming menjadi kegiatan yang dalam lima tahun terakhir digunakan oleh perusahaan dan produk untuk mendekati diri dengan kalangan anak muda. Apalagi esport saat ini telah menjadi cabang olahraga yang diakui Asian Games 2018. Partai politik yang saat ini berlomba untuk menggaet pemilih pemula dan milenial seakan menemukan pendekatan ke generasi tersebut melalui esport. Namun apakah hal tersebut bisa berhasil karena generasi milenial dan generasi z merupakan generasi yang menurut sejumlah survey merupakan generasi yang tidak menyukai partai politik.

Sebagai partai politik baru namun telah mampu mendudukkan 4 kadernya di DPRD Kota Bandung, partai nasdem yang diberikan target untuk menambah jumlah kursi menjadi 9 orang di DPRD pada 2024, coba meraih suara dari segment pemilih pemula dan milenial. Strategi komunikasi politik yang menggunakan turnamen esport digunakan untuk mendekati pemilih pemula dan generasi milenial yang tidak terlalu menyukai politik.

Penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme berfokus pada strategi komunikasi politik DPD partai Nasdem Kota Bandung jelang pemilu 2024 yang menggunakan turnamen *Esport free fire*

battleground pada saat HUT ke-9 untuk mendekati pemilih pemula dan generasi milenial di kota Bandung yang menurut data dari KPU berjumlah lebih dari 40 persen. Dari survey yang dilakukan partai nasdem di tahun 2022 telah terjadi peningkatan pemilih di generasi milenial dan pemilih pemula yang cukup signifikan.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Strategi Komunikasi Politik, Partai Nasdem, *Esport*

ABSTRACT

Esport or emobile gaming has become an activity that in the last five years has been used by companies and products to get closer to young people. Moreover, esport has now become a branch of sports that is recognized by the 2018 Asian Games. Political parties, which are currently competing to attract first-time and millennial voters, seem to have found an approach to this generation through esport. However, can this work because the millennial generation and generation z are generations which, according to a number of surveys, are generations that do not like political parties.

As a new political party but has been able to seat 4 of its cadres in the Bandung City DPRD, the Nasdem party, which was given a target to increase the number of seats to 9 people in the DPRD by 2024, is trying to win votes from the beginner and millennial voter segments. A political communication strategy that uses esport tournaments is used to approach first-time voters and millennials who don't really like politics.

This research uses qualitative research methods with a constructivism paradigm focusing on the political communication strategy of the DPD Nasdem party in Bandung City ahead of the 2024 elections which uses a free fire battleground esport tournament during the 9th anniversary to approach first-time voters and the millennial generation in the city of Bandung, according to data from the KPU amounted to more

than 40 percent. From a survey conducted by the Nasdem party in 2022 there has been a significant increase in voters in the millennial generation and first-time voters.