

Strategi Komunikasi Politik Partai NasDem dalam meningkatkan Elektabilitas Anies Baswedan menjelang Pemilihan Presiden 2024

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh deklarasi Partai Nasional Demokrat dalam mengusung Anies Baswedan sebagai calon presiden terlepas dari fakta bahwa Anies Baswedan bukan merupakan anggota partai, serta posisi Partai NasDem yang masih berada di rumah koalisi. Keputusan Partai NasDem dalam mengusung Anies Baswedan merupakan hal baru karena pada pemilihan umum sebelumnya, partai tersebut memilih untuk tetap berada pada koalisi Presiden Joko Widodo, baik dari tahun 2014 maupun 2019. Selama 2 kali mengikuti pemilihan umum, Partai NasDem merupakan partai yang memiliki peningkatan paling signifikan di antara yang lain. Partai NasDem juga merupakan partai termuda yang masuk ke 5 besar pada pemilihan umum yang dilaksanakan pada tahun 2019 lalu. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik Partai NasDem dalam meningkatkan elektabilitas Anies Baswedan menjelang Pemilihan Presiden pada tahun 2024. Perlu diketahui bahwa penelitian menggunakan metode kualitatif melalui teknik wawancara sebagai sumber data primer serta menggunakan artikel, buku, jurnal dan sebagainya sebagai sumber data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Partai NasDem menggunakan strategi komunikasi politik persuasi politik yang terdiri dari propaganda politik, periklanan politik, dan retorika politik.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Politik, Persuasi Politik, Propaganda Politik, Periklanan Politik, Retorika Politik

Political Communication Strategies of the NasDem Party in Enhancing Anies Baswedan Electability towards the 2024 Presidential Election

ABSTRACT

The background of conducting this research lies in the declaration of the National Democratic Party to endorse Anies Baswedan as a presidential candidate, regardless of the fact that Anies Baswedan is not a party member. Moreover, it is noteworthy that the NasDem Party's position remains within the coalition house. The NasDem Party's decision to support Anies Baswedan is a significant departure from their previous stance. In the previous general elections of both 2014 and 2019, the party chose to remain in the coalition of President Joko Widodo. Throughout two general elections from 2014 to 2019, the NasDem Party has experienced the most significant increase compared to other parties. The NasDem Party is also the youngest party to enter the top five in the general elections held in the previous year of 2019. The objective of this research is to investigate the political communication strategies employed by the NasDem Party to enhance the electability of Anies Baswedan in the lead-up to the Presidential Election in 2024. It should be noted that the research adopts a qualitative method, utilizing interview techniques as the primary data source, and utilizing articles, books, journals, and other sources as secondary data sources. The research findings indicate that the NasDem Party employs a political communication strategy consisting of political persuasion techniques, including political propaganda, political advertising, and political rhetoric.

Keywords: *Political Communication Strategy, Political Persuasion, Political Propaganda, Political Advertising, Political Rhetoric*