

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Tulisan ini akan mengkaji tentang strategi komunikasi politik Partai NasDem sebagai salah satu calon peserta Pemilu yang akan dilakukan pada tahun 2024. Partai NasDem sampai saat ini merupakan satu-satunya partai yang telah mendeklarasikan nama capres yang bukan berasal dari anggota partai, yakni Anies Baswedan. Selain itu, dengan deklarasi yang lebih awal dibanding dari partai lain, Partai NasDem dinilai mengambil keputusan yang tepat karena dengan begitu Anies Baswedan mendapatkan kesempatan yang lebih banyak untuk memperluas jangkauan baik bagi Partai NasDem maupun Anies Baswedan untuk menambah kemungkinan calon pemilih. Partai NasDem atau Partai Nasional Demokrat merupakan partai yang didirikan pada tanggal 11 November 2011 dengan menetapkan Surya Paloh sebagai Ketua Umum Dewan Pimpinan Pusat (DPP). Pada tahun bulan Januari 2013, Partai NasDem masuk ke salah satu daftar lolos tahapan verifikasi administrasi dan faktual oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Keputusan tersebut menjadikan keberhasilan Partai NasDem menjadi satu-satunya partai baru yang lolos sebagai peserta Pemilu 2014.

Dalam negara yang menganut sistem demokrasi, Pemilu atau pemilihan umum merupakan pilar utama dalam upaya mencapai pemerintahan yang baik. Kajian akademis mengenai demokrasi membagi konsep demokrasi menjadi minimalis dan maksimalis. Dalam konsep minimalis, mereka yang meyakini konsep mengisyaratkan bahwa demokrasi hanya merupakan entitas prosedur semata-mata yang melihat Pemilu sebagai introduksi dari keberhasilan memimpin sebuah negara, juga dengan menjamin pelaksanaan pemilihan umum dilakukan secara langsung, umum, bebas, rahasia, serta jujur dan adil. Sementara itu, konsep demokrasi maksimalis atau dikenal sebagai demokrasi substantif, hanya menyelenggarakan Pemilu tidak cukup optimal untuk menjalankan negara yang menerapkan sistem pemerintahan secara demokrasi, negara tersebut harus memberikan jaminan untuk menghormati keberagaman dan perlindungan terhadap hak-hak sipil (Sardini, 2011). Akan tetapi, apabila ditinjau lebih jauh dapat disimpulkan bahwa meskipun sebuah negara dapat menjamin untuk melindungi setiap individu terlepas dari pluralitas dan memenuhi hak-hak sipil, belum cukup untuk mengklaim negara tersebut menjadi negara yang demokratis. Di sisi lain,

sebuah negara yang melakukan pergantian kekuasaan secara bebas dan berkala maka negara tersebut sudah dapat dikatakan memenuhi kualifikasi dari kriteria sistem politik yang baik. Melalui pelaksanaan Pemilu, masyarakat dapat menilai secara langsung calon pemimpin yang berkontestasi selama kampanye hingga saat pemilihan dilakukan. Masyarakat diberikan hak kebebasan sepenuhnya untuk memilih kandidat eksekutif maupun partai sebagai maupun partai sebagai representatif di badan legislatif.

Dalam konteks ketatanegaraan Indonesia, urgensi partai politik merupakan sarana bagi warga negara untuk menentukan wakil rakyat di lembaga perwakilan dan pimpinan pemerintahan di lingkungan eksekutif. Partai politik juga bertanggung jawab untuk mengakomodasi aspirasi masyarakat. Selain itu, partai politik juga memiliki peran untuk merekrut serta mempertahankan anggota yang memiliki visi dan misi yang sejalan. Melalui rekrutmen, mereka dapat memberikan kesempatan untuk memberikan pendidikan politik dan pelatihan serta memfasilitasi anggota agar lebih berpartisipasi dalam kegiatan partai. Lebih lanjut, partai politik yang tentunya telah memenuhi persyaratan yang ada merupakan angkutan yang dapat mengantarkan seseorang untuk mengikuti perhelatan pemilihan Presiden (Rauta, 2014). Carl J. Friedrich mengatakan bahwa partai politik merupakan komponen penting dalam pemerintahan yang demokratis yang berperan untuk memfasilitasi representasi politik. Tak hanya itu, partai politik dapat juga dipahami sebagai kumpulan sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil. Kelompok ini memiliki tujuan untuk mempertahankan bahkan merebut kekuasaan dari pemerintah untuk pimpinan partai atau calon yang diusung dari partai sehingga anggota partai juga akan mendapatkan manfaat yang bersifat ideal dan materiil (Labolo dan Ilham, 2015). Tujuan utama partai politik adalah menjaga kepentingan mereka dan untuk itu partai-partai politik besar dengan tanpa mengindahkan kesamaan ideologis dan platform politik dapat berkoalisi guna melanggengkan kepentingan mereka bersama untuk tetap berkuasa, yang kemudian dikenal sebagai *cartel party* (Katz, 2009).

Partai politik dalam negara demokrasi memiliki fungsi yang beragam, tak terkecuali di Indonesia. Fungsi partai politik yang paling utama adalah sebagai sarana komunikasi politik, sosialisasi politik, rekrutmen politik serta pengatur konflik (Budiarjo, 2008). Dinamika partai politik Indonesia yang cenderung banyak membuat visi dan misi yang dimiliki oleh setiap partai cenderung vaariatif. Selain itu, ideologi yang dimiliki partai politik Indonesia pada umumnya terbagi menjadi tiga golongan, yaitu kiri yang berisi partai dengan ideologi Nasionalis-Sekuler, kanan yang berisi

partai dengan ideologi Islam, serta tengah yang berisi partai dengan ideologi yang menggabungkan dari keduanya (Mayrudin, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fauzi membuah hasil bahwa perilaku pemilih cenderung ditentukan dari kandidat. Pada dasarnya kandidat yang dicalonkan memiliki peran penting apalagi karisma yang ditunjukkan oleh seorang tokoh ketika berkampanye, bisa juga dari cara mereka mampu mendekati diri mereka ke rakyat, maupun pengaruh lain yang dapat menjadi daya tarik seorang tokoh sehingga dapat mempengaruhi calon pemilih (Fauzi, 2019). Selanjutnya, Fauzi juga menambahkan bahwa yang menjadi pertimbangan bagi para calon memilih untuk memberikan suara ke partai adalah bagaimana suatu partai politik melaksanakan program kerja mereka, dilanjutkan dengan internal yang diidolakan baik kader internal maupun eksternal dari partai tersebut.

Meskipun sering dikatakan bahwa pemilihan ideologi partai politik merupakan sesuatu yang penting, dalam penelitiannya Fauzi menampilkan angka yang kecil terhadap kesesuaian antara keyakinan dengan ideologi partai. Maka itu, setiap partai politik memerlukan strategi komunikasi politik yang dapat membantu mereka dalam mencapai target yang telah ditentukan sehingga dapat menambah suara. Bentuk umum dari strategi komunikasi politik, antara lain, pidato di depan publik, keterlibatan media, iklan ke pintu, dan *door-to-door campaigning*. *Door-to-door campaigning* pada dasarnya merupakan salah satu strategi Presiden Jokowi baik semasa kampanye maupun setelah menjabat sebagai Presiden. Dapat dilihat beberapa partai politik telah melakukan blusukan ke beberapa titik daerah untuk menemui rakyat secara langsung, beberapa yang lain memilih untuk memasang baliho dan mengutus tim sukses agar aktif dalam menyebarkan pesan-pesan politik yang tidak bisa dilakukan secara pribadi. Tidak jarang juga partai politik mengandalkan media sosial sebagai sarana utama dari strategi komunikasi politik. Tidak hanya itu, terdapat partai politik yang memanfaatkan media massa, yakni media iklan pada stasiun televisi sebagai sarana mereka untuk melangsungkan kampanye, seperti contoh Partai NasDem.

Pada Pemilu 2014, Partai NasDem merupakan salah satu partai yang masih tergolong baru. Pimpinan mereka, yakni Surya Paloh, yang merupakan salah satu pemilik stasiun televisi Metro TV memilih untuk memanfaatkan iklan sebagai media mereka untuk menyampaikan pesan-pesan politik serta lainnya. Iklan ini dapat dilihat cukup sering tayang ketika sedang menonton di stasiun Metro TV. Selain itu, Partai NasDem juga memilih untuk bergabung dalam koalisi yang didirikan oleh pasangan Jokowi-JK sehingga berhasil membantu mereka untuk meningkatkan perolehan suara.

Strategi mereka dapat dikatakan baik karena mereka pada akhirnya dapat lolos untuk mendapatkan posisi di kursi pemerintahan. Bersama dengan lima partai dengan perolehan suara tertinggi, Partai NasDem berhasil mendapatkan suara 6,72 persen atau sekitar 8.492.81 suara. Melalui Kompas, pada 9 Mei 2014, KPU menyebarkan data perolehan suara dari Pemilu legislatif pada 2014. Dengan angka yang diperoleh Partai NasDem, Partai NasDem berhasil mendapatkan kursi pada parlemen. Sedangkan Partai Bulan Bintang dan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia yang tidak memenuhi ambang batas parlemen tidak mendapatkan jatah kursi di badan legislatif.

Tabel 1.1 Persentase Partai Politik dengan Perolehan Suara Terbanyak pada Pemilu 2014

Partai Politik	Perolehan Suara
PDI Perjuangan	18,95%
Partai Golkar	14,75%
Partai Gerindra	11,81%
Partai Demokrat	10,19%
Partai Kebangkitan Bangsa	9,04%
Partai Nasdem	6,72%

Sumber: Kompas.com

Sementara itu pada Pemilu tahun 2019, melalui Katadata, Kusnandar menyampaikan bahwa Partai NasDem berhasil memperoleh 12.661.792 suara (9,5 persen) dari total suara secara keseluruhan, hal ini mencerminkan bahwa Partai NasDem mengalami peningkatan diperkirakan sebesar 4.258.980 suara (2,33 persen) dari suara sah nasional yang diperoleh pada Pemilu tahun 2014, yakni 8.402.812 (6,7 persen). Partai NasDem pada Pemilu 2019 memilih untuk bergabung ke koalisi dengan partai-partai lain untuk mendukung Jokowi dan Ma'ruf Amin sebagai Calon Presiden dan Wakil Presiden saat itu. Keputusan yang diambil berhasil membawa mereka untuk menempati jabatan sebagai perwakilan pada periode 2019-2024 sebanyak 59 kursi (10,26 persen) dari total 575 kursi di parlemen. Maka itu, dapat terlihat bahwa ada peningkatan dari 2014 ke 2019 terlepas dari Partai NasDem merupakan partai yang baru. Sama halnya dengan pada tahun 2014, Partai NasDem memilih untuk hanya

melakukan koalisi dengan partai politik lain. Meskipun demikian, pemilihan strategi yang dilakukan Partai NasDem dapat dibidang berhasil membawa keuntungan bagi partai karena mereka pada akhirnya selalu mendapatkan kursi. Selain itu, dalam kurun waktu lima tahun mereka dapat mengalami peningkatan suara yang cukup banyak. Bersamaan dengan partai politik lain, Partai NasDem menunjukkan telah berada di lima terbesar setelah Partai Kebangkitan Bangsa. Melalui Kompas, KPU mengunggah data rekapitulasi perolehan suara pada Pemilu 2019.

Tabel 1.2 Persentase Partai Politik dengan Perolehan Suara Terbanyak pada Pemilu 2019

Partai Politik	Perolehan Suara
PDI Perjuangan	19,33%
Partai Gerindra	12,57%
Partai Golkar	12,31%
Partai Kebangkitan Bangsa	9,69%
Partai Nasdem	9,05%
Partai Keadilan Sejahtera	8,21%

Sumber: Kompas.com

Partai NasDem memanfaatkan saluran media tradisional, yakni televisi dalam upaya menjangkau khalayak secara lebih luas. Mereka menayangkan iklan dan pesan selama program populer, segmen berita, dan slot waktu utama untuk memaksimalkan visibilitas pada stasiun Metro TV. Penayangan iklan dilakukan dengan tujuan untuk membangun identitas yang dapat dikenal dan berbeda di benak para pemilih. Dengan menyampaikan nilai-nilai utama partai, posisi kebijakan, dan slogan, mereka bertujuan untuk menciptakan citra yang mudah diingat terkait dengan partai mereka. Tidak hanya itu, Partai NasDem juga memilih untuk bertahan pada koalisi sebagaimana mereka menyadari potensi untuk memperkuat pengaruhnya dalam proses legislasi. Dengan bekerja sama dengan pihak lain dalam koalisi, terutama dengan pemangku jabatan mereka dapat secara kolektif mendorong agenda kebijakan mereka dan memiliki suara yang lebih kuat dalam proses pengambilan keputusan. Tetap bertahan dengan koalisi juga memungkinkan Partai NasDem untuk meningkatkan prospek elektoralnya. Dengan memanfaatkan gabungan basis pemilih dan dukungan koalisi, mereka dapat

memanfaatkan demografi yang lebih luas, berpotensi menarik pemilih yang sejalan dengan ideologi atau posisi kebijakan bersama koalisi.

Pemilu 2024 akan segera dilaksanakan dalam satu tahun ke depan. Berbondong-bondong partai politik mulai merancang strategi mereka menjelang pemilihan umum legislatif maupun eksekutif. Terhitung sampai tanggal 14 Agustus 2022, yang mana juga merupakan hari terakhir pendaftaran, sebanyak 40 Partai Politik telah mendaftar untuk menjadi calon peserta Pemilu tahun 2024 ke Komisi Pemilihan Umum (KPU). Kurang lebih 24 dari total keseluruhan 40 Partai Politik telah melengkapi dokumen dan saat ini telah selesai tahap verifikasi administrasi. Partai-partai tersebut adalah PDI Perjuangan (PDIP), Partai Persatuan Indonesia (Perindo), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Bulan Bintang (PBB), Partai NasDem, dan lainnya. Pada laman situs resmi Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia, KPU telah menetapkan 17 dari 24 partai politik yang sebelumnya telah diuji verifikasi administrasi, dengan Partai NasDem menjadi salah satu dari 17 partai politik lain. Unggahan tersebut dipublikasi pada tanggal 15 Desember 2022. Melalui berita harian Kompas, survei bursa partai politik yang akan lolos pada Pemilu 2024 telah dilakukan oleh Poltracking pada bulan Desember 2022 dengan temuan hasil bahwa adanya peningkatan elektabilitas dari PDI Perjuangan. Poltracking sebelumnya melakukan survei yang sama dilakukan pada bulan Agustus, angka yang diperoleh PDI Perjuangan berkisar pada 20,4 persen dan pada bulan Desember naik menjadi 23 persen. Diikuti dengan kenaikan elektabilitas Gerindra sekitar 11,1 persen, naik sekitar 0,6 persen dari periode survei sebelumnya, yaitu Agustus 2022 sebesar 10,5 persen. Partai yang mengalami penurunan adalah Golkar, Partai Demokrat, dan Partai Kebangkitan Bangsa. Sementara itu, Partai NasDem berada di posisi stabil yang sebelumnya di angka 6,7 persen, sekarang menjadi 6,9 persen (Aditya, 2022).

Table 1.1 Persentase Partai Politik dengan Elektabilitas tertinggi dari Survei Poltracking 2022

Partai Politik	Hasil Survei (21-27 November 2022)
PDI Perjuangan	21,7%
Partai Gerindra	14,5%
Partai Golkar	9,8%
Partai Kebangkitan Bangsa	8,5%
Partai Demokrat	7,3%

Partai Nasdem	6,9%
---------------	------

Sumber: Kompas.com

Survei yang dilakukan oleh Poltracking tersebut dilakukan pada periode 21 sampai 27 November 2022. Adapun survei tersebut dilakukan melalui wawancara tatap muka dengan metode *multistage random sampling* dari data yang terkumpul, yakni 1.220 responden, serta *margin of error* yang mencapai 2,9 persen pada tingkat kepercayaan yang mencapai 95 persen. Sementara itu, pada perjalanan politiknya, Partai NasDem selalu memilih untuk mendukung calon Presiden yang diusung oleh partai politik lain, umumnya partai politik yang lebih besar. Selama dua periode berturut-turut, Partai NasDem memilih untuk mempertahankan kesetiiaannya kepada Jokowi dengan bertahan pada koalisi yang dibentuk. Menurut Nurhasim (2020), dalam sistem presidensial bersamaan dengan partai yang beragam serta pelaksanaan pemilihan umum yang serentak, maka koalisi itu sebuah keharusan. Terutama bagi Partai NasDem yang baru mengikuti Pemilu pertama kali pada tahun 2014 silam, koalisi merupakan suatu strategi yang semestinya dilakukan. Akan tetapi, berbeda dengan tahun 2014 dan 2019, pada tanggal 3 Oktober 2022, Surya Paloh sebagai Ketua Umum DPP mendeklarasikan bahwa Partai NasDem secara resmi mengusung Anies Baswedan sebagai calon presiden pada pemilihan Presiden yang akan datang, yakni pada tahun 2024. Hal ini merupakan hal yang dapat dibilang menarik karena untuk pertama kalinya Partai NasDem mengambil langkah untuk mengirim calon pemegang kekuasaan eksekutif dan masuk ke bursa pemilihan Presiden 2024, sementara sebelumnya Partai NasDem hanya mengusung kader untuk maju ke badan legislatif, yakni sebagai anggota DPR dan DPRD. Calon yang diusung Partai NasDem, yakni Anies Baswedan merupakan Gubernur DKI Jakarta pada periode 2017-2022. Sebelumnya Anies Baswedan juga pernah menjabat sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dari kabinet Jokowi pada tahun 2014-2016.

Deklarasi Partai NasDem dengan mencalonkan Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden 2024 mendapatkan respon yang positif dari masyarakat. Perlu diketahui bahwa Partai NasDem merupakan satu-satunya partai yang mengusung non-kader untuk maju ke Pemilu. Dengan deklarasi Partai NasDem untuk mendukung Anies Baswedan maju pada Pemilu 2024, Partai NasDem sempat mendapatkan sindiran dari partai lain yang berkoalisi dengan Jokowi. Hal ini disebabkan karena Partai NasDem

cenderung mencuri *start*, bahkan salah satu partai sempat menyindir dengan mengatakan bahwa mereka telah berubah haluan karena kerap kali mengambil keputusan yang berseberangan dengan partai koalisi lainnya setelah mengusung Anies Baswedan. Merespons hal itu, Partai NasDem dengan tegas menyatakan bahwa mereka akan tetap berkomitmen dan melaksanakan tugasnya selama pemerintahan Jokowi berlangsung sampai masa jabatan mereka selesai (CNN Indonesia, 2023). Meskipun apabila nanti pada akhirnya Partai NasDem akan kembali berkoalisi atau tetap berada dalam zona nyaman untuk mengusung kader legislatif saja, hubungan yang telah dijalin Partai NasDem dengan Anies Baswedan dapat dikatakan hubungan simbiosis mutualisme. Sebab, keduanya dapat memanfaatkan satu sama lain dalam meningkatkan elektabilitas mereka terkait pemilihan umum 2024. Apalagi kerja sama yang dijalin mendapat respon yang sebagian besar positif dari masyarakat. Partai NasDem dapat memanfaatkan kerja sama dengan Anies Baswedan sebagai tokoh yang berpengaruh sehingga masyarakat bisa menjadi antusias, belum lagi, Pemilu 2024 kemungkinan menjadi kesempatan Partai NasDem untuk pertama kalinya mengusung calon eksekutif. Di sisi lain, Anies Baswedan sebagai calon yang sampai saat ini belum menjadi kader internal secara resmi dari partai mana pun dapat memanfaatkan kerja sama yang dijalin dengan Partai NasDem dengan menjadikan partai tersebut sebagai kendaraan beliau menuju pemilihan umum yang akan mendatang.

Deklarasi pertama kali yang disampaikan oleh Partai NasDem terkait keputusan mereka untuk mengusung Anies Baswedan mendapatkan respon yang positif dari masyarakat terutama pendukung Anies Baswedan. Akan tetapi, seiring waktu berjalan Partai NasDem harus menghadapi tantangan seperti sindiran dari partai politik yang berada dalam kabinet Jokowi karena keputusan tersebut. Kendala lain yang dialami Partai NasDem adalah elektabilitas Anies Baswedan yang mulai turun. Anies Baswedan di mata publik dikenal sebagai sosok yang berlawanan dengan Jokowi. Peneliti Indikator Politik Indonesia Bawono Kumoro melalui Kompas, menyampaikan argumennya terhadap hal tersebut. Merujuk dari survei yang dilakukan Indikator Politik Indonesia pada 1-6 Desember 2022, elektabilitas Anies Baswedan berada di angka 28,3 persen, turun sekitar 3,9 persen dari penelitian yang dilakukan sebelumnya, yaitu 32,2 persen pada bulan November 2022. Angka yang turun terjadi setelah *approval rating* atau tingkat kepuasan terhadap kinerja Jokowi meningkat. Sudah semestinya Partai NasDem menyiapkan strategi yang tepat dalam menghadapi tantangan yang mungkin akan datang menjelang Pemilu 2024. Sudah banyak didengungkan tokoh dari partai lain

yang lebih besar, yang kemungkinan akan dijadikan sebagai calon Presiden. Preparasi yang dapat disiapkan oleh Partai NasDem salah satunya adalah dengan menyusun strategi komunikasi politik yang baik. Penting suatu strategi komunikasi politik ialah untuk memperluas jangkauan calon pemilih dan membangun pesan politik yang efektif agar dapat diterima oleh target audiens sehingga meyakinkan target audiens untuk memilih Partai NasDem. Target audiens yang dimaksud sebagai penerima pesan nantinya akan memberikan umpan balik berupa simpati maupun dukungan.

Selain dari penjelasan empiris yang telah disajikan di atas, penulis menemukan landasan teoritis berdasarkan strategi komunikasi politik Partai NasDem yang menurut penulis dapat dijadikan sebagai bukti pendukung mengapa penelitian perlu dilakukan. Penulis telah melakukan perbandingan dengan artikel, jurnal, dan buku yang bertujuan untuk membuat komparasi terkait hasil penelitian serta persamaan dan perbedaan dari penelitian dengan topik serupa. Adapun penelitian lain yang dimaksud sebagai berikut:

Ali Mustofa (2013) dalam jurnalnya dengan judul **Peran Media Massa sebagai Sarana Iklan Politik di Parpol: Kajian terhadap Kasus Surya Paloh dan Partai NasDem** membahas tentang bagaimana Partai NasDem memanfaatkan media massa melalui iklan politik. Mustofa mengatakan Partai NasDem berhasil mendongkrak popularitasnya melalui iklan politik. Selain itu, Mustofa juga memberikan saran agar Partai NasDem yang masih terbilang partai baru dapat siaga dalam mengantisipasi berbagai macam kesulitan baik dari internal maupun eksternal dengan melakukan konsolidasi. Pada jurnal ini penulis menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang disusun oleh penulis, yakni persamaan objek penelitian dan isi pembahasan, yaitu Partai NasDem dan strategi komunikasi politik. Sementara itu, perbedaan yang ditemukan adalah fokus penelitian antara Ali Mustofa yang mana terpusat pada peran media massa dan iklan politik sedangkan penulis memiliki fokus terhadap strategi komunikasi politik Partai NasDem dalam meningkatkan elektabilitas setelah mengusung Anies Baswedan.

Irmawan Rahyadi dan Muhammad Aras (2020) dalam jurnalnya dengan judul **Donald Digital Marketing: An Exploratory Study of Digital Political Marketing in Trump Presidential Campaign** menemukan hasil bahwa mantan Presiden Amerika Serikat, Donald Trump mengoptimalkan pemanfaatan *political marketing* melalui media sosial. Bahkan *engagement* yang diperoleh Trump selama melangsungkan kampanye melalui media sosial dapat terbilang tinggi. Trump aktif mengunggah video dalam kanal YouTube serta juga aktif dalam menggunakan Twitter, Instagram, maupun

Facebook. Tim sukses dari Trump juga memanfaatkan situs resmi untuk *update* kegiatan Trump pada saat itu. Trump dikenal dengan slogannya “Make America Great Again” yang pertama kali mulai diperkenalkan melalui situs resminya hingga menjadi *headline* beliau sampai sosial media. Pada jurnal ini penulis menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang disusun oleh penulis, yakni persamaan dalam strategi komunikasi politik saat melakukan kampanye. Sementara itu, perbedaan yang ditemukan adalah objek penelitian oleh Rahyadi dan Aras yang terfokus pada individu, yakni Donald Trump serta fokus penelitian mereka yang terpusat pada *digital marketing* sebagai strategi Trump pada saat melakukan kampanye.

Palgrave Macmillan (2018) dalam bukunya dengan judul **Political Marketing and Management in the 2017 New Zealand Election** membahas tentang bagaimana Selandia Baru memiliki sistem pemilu proporsional anggota campuran dan sistem multipartai yang mana partai politik yang terkenal adalah *Labour and National* sedangkan partai yang tergolong minoritas adalah *The Greens, NZ First, Māori Party, ACT, and in 2017 Mana juga the Opportunities Party*. Pemilu yang dilakukan pada tahun 2017 di Selandia Baru tidak dapat diprediksi. Hal ini dikatakan bukan tanpa sebab, tetapi karena banyak peristiwa yang terjadi seperti partai *Labour* yang mengganti pemimpinnya tepat sebelum kampanye berlangsung, *The Greens* yang kehilangan wakil pemimpinnya karena beliau memilih mundur pada saat kampanye berlangsung, *Māori Party* yang selalu memiliki posisi saat itu kehilangan seluruh posisinya dalam menduduki kursi pemerintah. Selain itu, Macmillan juga membahas tentang bagaimana negara Selandia Baru telah memberlakukan *Vote Compass* yang mana merupakan sebuah aplikasi yang dikembangkan oleh *Vox Pop Labs* berbasis Kanada. Aplikasi ini pertama kali dipergunakan pada pemilihan umum yang dilaksanakan pada tahun 2014. Selain Selandia Baru, negara yang telah aktif menggunakan aplikasi ini adalah tentunya Kanada, Amerika Serikat, dan Australia. Penggunaan *Vote Compass* adalah dengan *user* yang dapat menjawab pertanyaan yang diberikan mengenai kebijakan, jawaban yang telah dikirim nantinya akan dikaitkan dengan partai politik berdasarkan preferensi dari *user* tersebut. Penggunaan aplikasi tersebut dapat meningkatkan partisipasi politik masyarakat Selandia Baru. Pada jurnal ini penulis menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang disusun oleh penulis, yakni persamaan sebagaimana fokus penelitian merupakan strategi dari partai politik yang terlibat dalam pemilihan Presiden. Sementara itu, perbedaan yang dapat dilihat adalah *platform* yang digunakan oleh Selandia Baru sebagai sarana pemanfaatan

strategi komunikasi politik serta objek penelitian yang perhatiannya tertuju pada partai politik dan tokoh-tokoh politik di Selandia Baru.

Novita Damayanti dan Radja Erland Hamzah (2017) dalam jurnalnya dengan judul **Strategi Kampanye Politik Pasangan Jokowi-JK Pada Pemilihan Presiden 2014** menemukan hasil bahwa pasangan Jokowi-JK pada saat pemilihan Presiden tahun 2014 membuat koalisi besar yang dinamakan Koalisi Indonesia Hebat dan Koalisi Merah Putih sebagai strategi kampanye politik mereka. Dengan dibangunnya koalisi, maka mereka juga akan mempermudah mereka untuk menarik suara lebih banyak dan mendapatkan bantuan yang lebih banyak. Selain itu, pasangan Jokowi-JK juga mengubah pola kampanye konvensional menjadi kampanye langsung yang mana kandidat mempertemukan calon pemilih secara langsung. Mulai saat itu, Jokowi dikenal dengan cara kampanye yang menyatu bersama rakyat dengan melakukan blusukan. Jargon kampanye oleh tim sukses pasangan Jokowi-JK pada saat itu adalah “Jokowi adalah Kita” sebagaimana Jokowi selalu digambarkan sebagai sosok pemimpin yang memiliki ikatan batin dan emosional yang kuat dengan rakyat. Pada jurnal ini penulis menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang disusun oleh penulis, yakni persamaan pembahasan mengenai strategi komunikasi politik selama kampanye berlangsung dalam upaya meningkatkan elektabilitas. Sementara itu, perbedaan yang ditemukan adalah Damayanti dan Hamzah menjadikan pasangan Jokowi-JK sebagai objek penelitian (individu) sementara objek penelitian penulis merupakan Partai NasDem (kelompok atau organisasi).

Siti Zaetun dan Chusnul Mariyah (2020) dalam jurnalnya dengan judul **Politik Kekerabatan Dalam Keterwakilan Perempuan Pada Rekrutmen Politik Partai NasDem Pada Pemilu 2019** menemukan hasil bahwa salah satu fungsi partai politik adalah rekrutmen politik. Rekrutmen dilakukan dengan cara melaksanakan seleksi kaderisasi. Proses rekrutmen pada Partai NasDem dinamakan Bappilu. Dalam proses ini terdapat tiga faktor yang mempengaruhi keputusan nantinya, yaitu organisasi, aturan dan budaya. Partai NasDem memiliki caranya sendiri dalam melangsungkan proses rekrutmen kepada kader perempuan. Zaetun dan Mariyah mengatakan yang mengawasi kader perempuan yang ingin maju sebagai calon legislatif adalah langsung melalui DPP sebagai penyelia. Strategi Partai NasDem dalam rekrutmen politik adalah dengan menyusun daftar bakal calon legislatif bahkan 1,5 tahun sebelum pemilihan umum dilakukan. Tidak hanya itu, Partai NasDem juga mempopulerkan slogan “politik tanpa mahar”. Setelah terpilihnya kader Partai NasDem sebagai wakil rakyat, dapat dilihat

dari implementasi dari bukti komitmen mereka terhadap isu-isu yang menyangkut perempuan melalui pendidikan politik mengenai kekerasan seksual. Tidak hanya itu, Partai NasDem juga memberikan edukasi terkait kebijakan terkait kepentingan perempuan. Representasi perempuan dari Partai NasDem juga memperjuangkan Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual. Pada jurnal ini penulis menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang disusun oleh penulis, yakni persamaan terkait strategi dari Partai NasDem untuk menambah suara dari para calon pemilih. Selain itu, objek penelitian yang dilakukan oleh Zaetun dan Mariyah juga Partai NasDem. Di sisi lain, perbedaan dari penelitian yang dilakukan dengan penulis adalah fokus mereka terhadap keterwakilan perempuan pada kursi pemerintah serta pembahasan mereka yang cenderung lebih terpusat kepada strategi rekrutmen politik dari Partai NasDem.

Suyatno Kahar (2014) dalam jurnalnya dengan judul **Pencitraan Politik Partai NasDem Melalui Iklan di Televisi** memiliki hasil penelitian, yakni iklan politik Partai NasDem yang tayang di Metro TV mengisyaratkan pesan politik tentang rasa pesimis Partai NasDem terhadap keadaan negara saat itu. Rasa kurang percaya terhadap pemerintah karena kondisi negara yang sedang terpuruk. Narasi iklan politik yang disampaikan oleh Partai NasDem dapat disimpulkan menjadi tiga kategori, yaitu:

- a. Pesan politik Partai NasDem dalam rekrutmen politik dengan cara mengajak publik untuk bergabung agar dapat mewujudkan perubahan terutama terkait penegakan hukum yang adil dan beradab.
- b. Selanjutnya, teks yang terlihat dalam iklan cukup bagus sehingga tujuan dari pesan politik yang ingin disampaikan Partai NasDem tergambar dan dapat diterima dengan jelas.
- c. Selain itu, rasa pesimis yang dialami oleh Partai NasDem terhadap kondisi bangsa pada saat ini, terutama dalam konteks realitas penegakan hukum sehingga perlu ada restorasi.

Melalui penelitian ini, penulis dapat menemukan persamaan dan perbedaan, yakni persamaan objek penelitian, yakni Partai NasDem serta topik Kahar mengenai komunikasi politik. Sementara itu, fokus komunikasi Kahar cenderung terpusat pada iklan televisi dari Partai NasDem. Kahar juga mengupas narasi yang disampaikan pada iklan televisi yang saat itu sering bermunculan di Metro TV.

Viktoriiia Demydova (2020) dalam jurnalnya dengan judul **2019 Presidential Election in Ukraine: How Zelensky was elected?** Menemukan hasil penelitian, yaitu

bagaimana pada akhirnya Partai *Sluga Narodu* mencalonkan Volodymyr Zelensky yang sebelumnya dikenal sebagai aktor dan komedian yang memainkan peran sebagai Presiden dapat dibidang unik. Di saat yang bersamaan nama Partai *Sluga Narodu* (*Servant of The People*) merupakan nama acara televisi dimainkan oleh Zelensky hingga pada secara resmi diregistrasikan untuk maju ke Pemilu pada tahun 2016 merupakan partai populis dan pro-Barat yang memiliki sikap antikorupsi. Partai ini berhasil mendapatkan suara yang cukup tinggi dari kalangan masyarakat berusia 20-30 tahunan. Saat terpilihnya Zelensky sebagai Presiden pada tahun 2019 membuat penulis mengatakan bahwa Ukraina telah menunjukkan perubahan positif menuju demokrasi elektoral tanpa ada Presiden yang terpilih secara berturut-turut. Menurut Demydova, terpilihnya Zelensky berhasil membuat masyarakat kalangan usia yang lebih muda di Ukraina lebih aktif. Selain itu, penelitian tersebut juga membahas tentang langkah yang ditempuh Zelensky dalam upaya bernegosiasi dengan Rusia sehingga Ukraina dapat memperoleh identitas mereka kembali. Pada jurnal ini penulis menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang disusun oleh penulis, yakni persamaan peran partai politik dengan mengusung calon yang akan maju sebagai Presiden, bersamaan dengan hasil penelitian yang menjabarkan bahwa setelah terpilihnya tokoh baru dalam perpolitikan Ukraina, justru menambah partisipasi masyarakat terutama yang muda sehingga mereka lebih aktif. Sementara itu, perbedaan yang dapat ditemukan dari penelitian yang dilakukan oleh Demydova adalah objek penelitian, yaitu Partai *Sluga Narodu* dan Volodymyr Zelensky yang pada saat itu masih menjadi calon Presiden.

Yasser Dharma Al-Husainni dan M.E Fuady (2016) dalam jurnalnya dengan judul **Strategi Komunikasi Politik Kader Muda Partai Gerindra** menemukan hasil bahwa berbeda dengan Partai NasDem yang mengusung eksternal sebagai kandidat bakal Calon Presiden 2024, Partai Gerindra memilih untuk mencalonkan kader muda untuk maju ke DPRD pada saat itu. Selain itu, landasan teori yang digunakan dalam melakukan penelitian oleh Al-Husainni dan Fuady adalah *Impression Management* atau pengelolaan kesan yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Teori ini merupakan salah satu bagian dari teori dramaturgi yang mana tokoh politik dapat mengatur bahkan memanipulasi kesan yang ingin diberikan kepada publik sehingga mereka dapat terpengaruh dengan penampilan tokoh tersebut. Menurut Husainni dan Fuady, strategi komunikasi politik Al-Haddad sebagai kader muda dapat dibidang baik yang mana hal itu disebabkan beliau telah merencanakan strategi yang akan digunakan yang meliputi strategi *direct selling*, konsolidasi antar tim di posko-posko pemenangan dan

segmentasi, *targeting* serta *positioning*. Pada jurnal ini penulis menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang disusun oleh penulis, yakni persamaan dari cara partai politik Gerindra dan Partai NasDem dalam mengusung kader yang memiliki ciri khas tersendiri. Selain itu, persamaan juga ditemukan dari landasan teori yang digunakan. Akan tetapi, dapat ditemukan perbedaan dari penelitian tersebut, yakni objek penelitian mereka merupakan partai Gerindra serta kader muda yang diusung dari partai tersebut hanya didorong untuk maju ke badan legislatif.

Kebaruan dari penelitian yang dilakukan adalah teori yang akan digunakan, yakni teori strategi komunikasi politik dan persuasi politik dari Dan Nimmo. Perbedaan lain yang dapat ditemukan dari penelitian yang sudah ada dengan objek penelitian Partai NasDem adalah hanya membahas bagaimana strategi komunikasi politik mereka dalam mengupayakan peningkatan pada perolehan suara saat pemilihan umum berlangsung. Selain itu, pada calon eksekutif, belum ada penelitian yang dilakukan terhadap Partai NasDem karena baru pada menjelang Pemilu 2024 ini Partai NasDem akhirnya memberikan usulan calon dari kader eksternal, yaitu Anies Baswedan. Belum ada partai lain yang mengusung Presiden yang bukan merupakan kader atau berasal dari partai. Meskipun demikian, pada studi literatur yang sudah dikemukakan di atas dapat dilihat bahwa ada pembahasan terkait tokoh politik yang maju untuk menjadi calon eksekutif. Deklarasi Partai NasDem juga dilakukan pada saat Partai NasDem masih berada dalam koalisi Kabinet Indonesia Maju yang mana membuat peneliti semakin tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul dan topik yang ada.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dituang, penulis ingin mengetahui strategi komunikasi politik apa yang akan dipilih oleh Partai NasDem setelah mengusung Anies Baswedan agar dapat meningkatkan elektabilitas pada Pemilu 2024. Pemilu 2024 merupakan kesempatan pertama yang dimiliki Partai NasDem untuk memberikan nama yang akan dijadikan calon Presiden partai tersebut. Melihat perkembangan Partai NasDem yang terlepas mereka merupakan partai baru, tetapi menduduki angka yang stabil setiap pemilihan umum, maka itu pertanyaan pokok dari penelitian sebagai berikut: Bagaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Partai NasDem dalam meningkatkan elektabilitas partai maupun Anies Baswedan pada pemilihan umum 2024?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh Partai NasDem dalam meningkatkan elektabilitas sehingga dapat mengumpulkan suara lebih banyak terlepas dari fakta bahwa Anies Baswedan bukan merupakan kader partai tersebut. Dari seluruh partai politik yang telah dinyatakan lolos verifikasi administrasi, Partai NasDem merupakan satu-satunya partai yang mencalonkan non kader sebagai calon Presiden 2024. Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap dapat mengetahui apa saja hambatan dan tantangan yang sekiranya akan dihadapi oleh Partai NasDem dalam melakukan kampanye menjelang pemilihan umum 2024.

MANFAAT PENELITIAN

Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian yang dilakukan dapat menambah wawasan serta memperkaya keilmuan karena penelitian ini disertai dengan teori dan data yang valid serta dapat dipertanggungjawabkan.

Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian yang telah disusun oleh penulis diharapkan dapat menambah wawasan terhadap strategi komunikasi serta partai politik, khususnya Partai NasDem. Penulis juga berharap hasil dari penelitian dapat dijadikan perkembangan dari rujukan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau sumber ilmu dari penelitian yang akan datang terutama apabila memiliki konsentrasi, variabel penelitian atau kasus yang serupa, serta dapat dikembangkan apabila dalam penulisan masih terdapat celah kesalahan atau ketidaksempurnaan.

1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan yang sesuai dengan struktur penyusunan tugas akhir skripsi. Penulis membagi penulisan dari bab sampai sub-bab

dengan tujuan mempermudah pembaca dalam memahami tulisan. Secara singkat, rangkaian bab yang ditulis oleh penulis, yakni:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menyusun latar belakang yang disertai dengan rumusan masalah juga pengantar lain seperti tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang bertujuan untuk memberitahu pembaca gambaran besar dari tulisan yang dimuat dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi konsep dan teori penelitian yang mana penulis mengaitkan penelitian dengan sebuah konsep dan teori yang dapat membantu sebagai acuan untuk mendapatkan jawaban penelitian. Selain itu, penulis membuat kerangka penelitian dengan maksud mengilustrasikan alur umum dari penelitian yang ditulis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III, penulis menerangkan metode penelitian yang dipilih dengan menjelaskan objek penelitian beserta profil, jenis penelitian atau pendekatan yang diambil oleh penulis, teknik pengumpulan dan analisis data, serta tabel rencana waktu sehingga terdapat gambaran dari kerangka waktu penelitian yang dibuat penulis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV, penulis menjelaskan tentang data dan fakta yang telah dianalisis berdasarkan teori sehingga menghantarkan penulis ke jawaban dari rumusan masalah atau pertanyaan penelitian yang ditulis sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab V merupakan bab terakhir yang mana penulis membuat kesimpulan yang disertai dengan rangkaian penutup argumen. Rangkuman yang ditulis dimuat dengan sederhana tetapi tidak melupakan inti dari penelitian. Penulis juga memuat saran praktis dan teoritis atau saran yang dapat dikontribusikan ke dunia akademis. Selain itu, penulis juga mencantumkan sumber dari penelitian pada daftar pustaka.