

**STRATEGI PARTAI NASDEM DALAM MENINGKATKAN
ELEKTABILITAS PADA PEMILU TAHUN 2019
(STUDI DPW NASDEM PROVINSI LAMPUNG)**

(Skripsi)

Oleh :

LAZUARDI GEOVANI



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

ABSTRACT

THE STRATEGY OF NASDEM PARTY TO INCREASE ELECTABILITY IN THE 2019 ELECTION (STUDY AT REGIONAL REPRESENTATIVE COUNCIL LAMPUNG PROVINCE)

By :

LAZUARDI GEOVANI

Political strategy is a thing that cannot be separated from a political party. Political strategy is the way for political parties to win elections. This study aims to determine the strategy of Nasdem Party in increasing electability in the 2019 Lampung Province legislative elections and the factors that support Nasdem Party's vote acquisition in the 2019 election. The method used in this research is the descriptive method with a qualitative approach. The data collection used interviews and documentation techniques. According to the study results, Nasdem Party managed to reach the 5th position nationally or increased by 2.33% of its vote in the 2019 election. The political strategy used by the Nasdem party in increasing electability in the 2019 elections is by segmenting, positioning and targeting. The factors that support the increase in the votes of the National Democratic Party in the 2019 elections are the influence of the mass media as a means to campaign for ideas in the 2019 Election and the political ideas of the Democratic National Party by carrying out political ideas without dowry and Restoration which means the Nasdem Party's struggle to improve, restore, restore and enlighten the government in Indonesia

Keywords : Political Strategy, Electability, Election

ABSTRAK

STRATEGI PARTAI NASDEM DALAM MENINGKATKAN *ELEKTABILITAS* PADA PEMILU TAHUN 2019 (STUDI DPW NASDEM PROVINSI LAMPUNG)

Oleh :

LAZUARDI GEOVANI

Strategi politik tidak dapat dipisahkan dari sebuah partai politik. Strategi politik adalah cara agar partai politik dapat memenagkan Pemilu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi partai Nasdem dalam meningkatkan *elektabilitas* pada pemilu legislatif 2019 di Provinsi Lampung dan faktor yang mendukung perolehan suara partai Nasdem pada Pemilu 2019. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian, partai Nasdem berhasil meraih posisi ke 5 secara nasional atau meningkat 2,33% perolehan suaranya dalam Pemilu tahun 2019. Strategi politik yang digunakan oleh partai Nasdem dalam menaikan *elektabilitas* pada pemilu tahun 2019 yaitu dengan melakukan *segmentasi, positiong* dan *targeting*. Faktor-faktor yang mendukung peningkatan suara partai Nasional Demokrat pada pemilu Tahun 2019 adalah pengaruh media massa sebagai sarana untuk mengkampanyekan gagasan di Pemilu tahun 2019 serta gagasan politik partai Nasional demokrat dengan mengusung gagasan politik tanpa mahar serta *Restorasi* yang memiliki arti perjuangan Partai Nasdem dalam memperbaiki, mengembalikan, memulihkan dan mencerahkan pemerintahan di Indonesia.

Kata Kunci : Strategi Politik, *Elektabilitas*, Pemilu

**STRATEGI PARTAI NASDEM DALAM MENINGKATKAN
ELEKTABILITAS PADA PEMILU TAHUN 2019
(STUDI DPW NASDEM PROVINSI LAMPUNG)**

Oleh :

**LAZUARDI GEOVANI
NPM 1516021136**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU PEMERINTAHAN**

Pada

**Program Studi Ilmu Pemerintahan
Jurusan Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

Judul Sekripsi : **STRATEGI PARTAI NASDEM DALAM MENINGKATKAN ELEKTABILITAS PADA PEMILU TAHUN 2019 DI PROVINSI LAMPUNG (Studi pada DPW Nasdem Provinsi Lampung)**

Nama : **Izuardi Geovani**

No. Pokok Mahasiswa : 1516021136

Jurusan : Ilmu Pemerintahan

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing

Budi Harjo S.Sos., M.IP.
NIP 196801121 199802 1 001

2. Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan

Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.IP.
NPM 1611218 19890 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Budi Hardjo, S.Sos., M.IP.**

B. Hardjo

Penguji : **Arizka Warganegara, Ph.D**

Arizka Warganegara

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **01 September 2021**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencaputan gelar yang berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung 01 September 2021

Yang Membuat Pernyataan



Lazuardi Geovani
NPM. 1516021136

RIWAYAT HIDUP



Lazuardi Geovani, di lahirkan di Kota Metro Lampung pada tanggal 28 Juni 1997. Penulis merupakan anak ke empat dari 4 (Empat) bersaudara dari pasangan Bapak Darwis Yusuf dan Ibu Ina Wahida S.Ag. Penulis mengawali pendidikan di Taman kanak – kanak Pertiwi Teladan Kota Metro pada tahun 2002-2003. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar Pertiwi Teladan Kota Metro pada tahun 2003-2009. Kemudian, melanjutkan pendidikan pada Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 4 Kota Metro pada tahun 2009-2012. Setelahnya penulis melanjutkan lagi pendidikan ke Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 4 Kota Metro pada Tahun 2012-2015. Pada tahun 2015 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Lampung Melalui Jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama menjadi mahasiswa, penulis tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan (HIMJIP), Pengurus Lingkar Studi Sosial Politik (LSSP) Cendekia, Anggota Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM) Fakultas Ilmu Sosisal Ilmu Politik Universitas Lampung dan Anggota Biasa Himpunan Mahasiswa Islam (HMI). Pada bulan Februari 2019, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Way Harong Kecamatan Air Nanningan Kabupaten Tanggamus selama 40 Hari.

MOTTO

“Alam tahu Rahasia yang perlu kita pelajari. Bahwa sesuatu mungkin butuh waktu, mungkin sulit. Tetapi jika kamu bertahan cukup lama, Kamu akan menemukan kekuatan untuk Bangkit. Still Yakusa.”

(L G)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan dan sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Qs : Al-Insyirah 5-6)

“Great man are not born great, They grow great”

(Vito Corleone)

“Saat engkau bereaksi akan kejujuran maka ketauhilah bahwa dunia bisa jadi tempat ter- Kejam bagi orang jujur”

(Ali Sadikin 1966 -1977)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan Rahmat Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.
Ku Persembahkan Karya Kecil ini untuk Keluarga yang senantiasa menyayangiku
dan menantiku sampai pada titik terbaik ku :

KEDUA ORANG TUAKU

Mereka yang selalu menjadi sumber inspirasi dan pelecut semangat Terima kasih
atas segala cinta, pengorbanan, kesabaran, keikhlasan, dan do'a dalam menanti
keberhasilanku

KAKAK-ADIKKU TERSAYANG

Saudara sekaligus sahabat terbaik Terima kasih telah menjadi teman untuk
bertukar pikiran, berbagi cerita dan selalu memotivasiku mencapai titik terbaik ku

KELUARGA BESARKU

Terima kasih atas semua dukungan yang telah diberikan serta selalu
memotivasiku untuk meraih kesuksesanku

ALMAMATER TERCINTA UNIVERSITAS LAMPUNG

SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan atas segala berkah yang diberikan oleh Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa serta berkat doa dan restu dari orang tua tercinta sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “STRATEGI PARTAI NASDEM DALAM MENINGKATKAN ELEKTABILITAS PADA PEMILU TAHUN 2019 di Provinsi Lampung (Studi Pada DPW Partai Nasdem Provinsi Lampung)”, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan (S.IP) pada Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang peneliti miliki. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada pihak pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini antara lain:

1. Allah SWT Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, sang pencipta alam semesta yang tiada satupun nikmat di dalamnya yang dapat kita dustakan, serta Nabi Muhammad SAW yang menjadi contoh teladan semua ummatnya hingga akhir zaman kelak.
2. Kedua orang tuaku Papi Alm. Darwis Yusuf dan Mami Ina Wahida yang sangat aku sayangi, cintai dan sangat aku banggakan yang rela mengorbankan

istirahatnya hanya demi kepentingan seluruh anak-anaknya. Teruntuk Mami, terimakasih untuk segala nasihat, bimbingan, waktu dan tenaganya, Pengorbanan yang tak pernah aku lupakan dan tak akan pernah dapat kubalaskan sampai akhir hayatku, Doa ikhlas mu yang senantiasa menjadi Jalan terang ku menggapai mimpiku, Air Mata suci yang begitu banyak tertumpah atas salah dan khilafku, Semoga secuil pencapaianku ini dapat sedikit mengobati hati yang terluka oleh tajamnya lidah, jiwa yang perih oleh buruknya tingkah laku, dan perasaan yang hancur oleh ego yang tak mau mengalah. Terimakasih telah menjadi tempat untukku bercerita dan menjadi gudang solusi atas segala permasalahanku, Sehat selalu mi.. Semoga pada waktunya mami dapat berbangga hati menceritakan pencapaian mami atas keberhasilan seluruh anak-anak mami pada dunia. Teruntuk Papi, Almarhum Darwis Yusuf yang telah berpulang 17 hari sebelum 17 tahun umurku, yang saat ini tidak dapat ku cium tangannya untuk meminta doa restu, tapi aku sangat yakin tanpa doa dan restu papi di surga sana aku tak kan pernah sampai di titik ini, semoga secuil pencapaian ilmu ku ini dapat menjadi saluran amal ibadah mu yang telah dengan ikhlas mendidik ku semasa hidupmu. Terimakasih atas segala pengorbanan, tenaga serta waktunya demi kesuksesan anak- anak mu yang sampai saat ini mungkin belum dapat memberikan yang terbaik, tetapi pada saatnya, percayalah insyaallah waktu itu akan sampai. Pi, Mi. Kasih sayang serta pengorbanan kalian tidak akan pernah terbalaskan sampai akhir hayat. Terimakasih untuk semua pengorbanan dan doa Papi dan Mami. Semoga Allah selalu memberikan Karomah kepada kalian.

3. Ketiga kakak ku yang sangat aku cintai dan akan kujaga sampai akhir hayatku, Mahkota Lystia Fitriyani S.KL., Atu Laxsmi Desiyana S.pd M.Pd., Mpok Laura Triesha Yuliani S.Kom. M.Kom., serta Kakak Iparku Paduka Roby Yuhendra SE.MM., dan Hoya Ade Satria S.IP M.IP., Terima kasih telah menjadi teman untuk bertukar pikiran, berbagi suka duka dan selalu memotivasiku untuk mencapai titik terbaik ku. Semoga kita semua dapat terus saling menyayangi dan mengasihi sampai akhir hayat.
4. Pak Muda ku Yulius Wirawan SE., MM the one and only “My man of the behind”. Terimakasih senantiasa memberikan dukungan moral maupun materil kepada ku, Nasihat tulus serta bimbingan pak muda akan senantiasa ku ingat sampai akhir hayatku, Sehat selalu pak muda.. Semoga allah balas keikhlasan hati pak muda dengan limpahan kebahagiaan dalam hidup pak muda. Pelajaran hidup dari pakmuda akan terus menjadi bekal yang ku pegang dalam menjalani kehidupan. Dalam diam saya kagum akan budi prilaku pak muda. Semoga pada saat waktu dan tempat yang pas Harapan pak muda kepada ku segera tercapai. Terimakasih banyak pakmuda.
5. Tante terbaik ku, Binda Maya Asliyana B.A., Tut Aspirawati S.E., Su Diana Wati S.Pd M.Pd., terimakasih atas sayang yang tulus serta semangat yang selalu kalian berikan.
6. Bung Joddie Prakasa Diputra SE., Kakak sekaligus Teman Terbaik ku. Semangat bung, Yakinlah Harapan itu masih ada.. Kejar terus. Semoga kita sukses bersama ya bung.

7. Bapak Budi Harjo M.IP. selaku pembimbing Utama. Terima kasih untuk ilmu, saran, waktu, nasehat, dan bimbingannya yang telah banyak membantu Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga Penulis menjadi giat untuk lebih cepat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Arizka Warganegara selaku dosen pembahas dan penguji bagi Penulis. Terima kasih atas saran, ilmu, dan motivasi yang bermanfaat bagi Penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.IP Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan.
10. Ibu Ida Nurhaida M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
11. Seluruh Dosen Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
12. Bapak dan Ibu Staf administrasi Fisip Unila.
13. Saudara seperjuangan dari Metro dan Lampung Utara Dani Satria S.IP, Arman Fellany Lamnunyai SH, Rama Muda Sepulau Raya SH, Yuki akbar, Mauldan Agusta A.md, Rudi Sanjaya SH, Kaisar Nurmanshah SH, Chrisna Azis SH. Sukses selalu untuk kita semua.
14. Kawan berjuang di HMI Komsopol Unila Ade Feri Anggriawan,S.IP terimakasih banyak rek ku.. Semoga pengalaman selama berproses dapat terbalaskan di dunia nyata kelak. Wisnu Suaka Prastowo, Riyo Saliwa, Hengki Warnando Digjaya aktivis dari pesisir barat dengan kalimat-kalimat magisnya,

Raihan Asyraf, Hendra Saputra, Fadel, Juki, Redi, Erdi, Bagas, Aji, Alhadad, alvin, deni, Rere, Realita, Ulfa, Yuli, Putri, Ana, Rahmi, Michel, Anmey, sandi, yasir.

15. Kanda dan Ayunda Hmi Komsospol Unila. Kanda Dr. Darmawan Purba M.IP ,Kanda Adrian Soedrajad sukses bang dari Sumbagsel kita menuju Istana, Kanda Okta Purnama S.IP Komisioner KPU Kabupaten Mesuji, Kanda Robby Ruyudha S.IP Komisioner Bawaslu Kota Bandar Lampung, Kanda Rosim Nyerupa S.IP Kepala Kampung anak terbanggei, Kanda Vico Bagja Lukito S.IP, Kanda Juanda S.IP, Kanda Rizki Hendarji Putra S.IP thanks tum ilmu ilmu mengkader yang pernah diberikan, Yunda Purnama Aulia Sihombing, Kanda Taufik Suni Prata S.IP thanks tum ilmu pdkt adek adek untuk dijadikan kohatinya, Kanda Tiyas Apriza S.IP, Kanda Anam Alamsyah S.IP, Kanda (Purn) Aditya Pangestu, Yunda Sinta Oktavia Chalim S.IP, Yunda Kumara P Atut S.Kom.
16. Adinda Adinda Hmi Komsospol Unila, Adinda Feby Satria dek semangat ya.. jangan jadi purnawirawan sebelum waktunya, kejar terus.. harapan itu masih ada, Adinda Alif Panszha S.IP, Adinda Akbar Azis Pratama S.IP, Adinda Tri Ayu SZ S.IP, Adinda Ketum Reynaldo semangat tum cahaya di cabang itu sangat terang, Adinda Hayatami S.IP, Adinda Bangkit , Adinda Alex, Adinda Dedemas Febriyanti, Adinda Jamalludin, Adinda Arben. Semangat untuk kalian.
17. Semua pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas bantuannya.

Terima kasih untuk semuanya semoga Allah SWT memberikan balasan atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Akan tetapi saya berharap kiranya karya sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua aamiin.

Bandar Lampung, 01 September 2021

Lazuardi Geovani
NPM.1516021136

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
COVER DALAM	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERNYATAAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Akademis	10
1.4.2. Manfaat Teknis.....	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Konsep Strategi.....	12
2.1.1. <i>Segmentating</i>	13
2.1.2. <i>Targeting</i>	18
2.1.3. <i>Positioning</i>	20
2.2. Konsep Partai.....	23
2.3. Fungsi Partai Politik	24
2.3.1. Fungsi Komunikasi Politik.....	25
2.3.2. Fungsi Sosialisasi Politik	25
2.3.3. Fungsi Partisipasi Politik.....	25
2.3.4. Sarana Pengatur Konflik	25
2.3.5. Rekrument Politik	25
2.4. Tujuan Partai Politik.....	26
2.5. Konsep Elektabilitas	27
2.6. Tinjauan Tentang Pemilu.....	27
2.7. Kerangka Berfikir	29

III. METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian Yang Digunakan.....	30
3.2. Lokasi Penelitian	31
3.3. Fokus Penelitian	31
3.4. Sumber Data	32
3.5. Jenis Data.....	32
3.6. Teknik Pengumpulan Data	32
3.6.1. Teknik Pokok (Kuisisioner).....	33
3.6.2. Teknik Penunjang.....	33
3.7. Teknik Pengolahan Data.....	33
3.8. Teknik Analisis Data	34
IV. GAMBARAN UMUM	
4.1. Gambaran Umum	35
4.2. Sejarah Partai Nasional Demokrat (Nasdem)	35
4.3. Visi dan Misi Partai Nasional Demokrat (Nasdem)	36
4.4. Makna Logo Partai Nasional Demokrat (Nasdem)	40
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Hasil.....	41
5.1.1. Pemilu Legislatif 2019	41
5.1.2. Strategi Partai Nasdem di Pemilu 2019	43
5.1.2.1. <i>Segmentasi</i>	43
5.1.2.2. <i>Targeting</i>	46
5.1.2.3. <i>Positioning</i>	47
5.1.2.4. Marketing Politik	48
5.1.3. Faktor Yang Mempengaruhi Naiknya Eletabilitas.....	50
5.1.3.1. Faktor Media Masa	50
5.1.3.2. Gagasan Partai Politik.....	53
5.2. Pembahasan	56
5.2.1. Strategi Partai Nasdem di Pemilu 2019	56
5.2.1.1. <i>Segmentasi</i>	56
5.2.1.2. <i>Targeting</i>	57
5.2.1.3. <i>Positioning</i>	58
5.2.2. Faktor Yang Mempengaruhi Naiknya Eletabilitas.....	58
5.2.2.1. Faktor Media Masa	58
5.2.2.2. Gagasan Partai Politik.....	59
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	61
6.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Perolehan Suara Partai Politik Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Lampung Tahun 2014.....	5
1.2. Perolehan Suara Partai Politik Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Lampung Tahun 2019	5

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
5.1. Kampanye Nasdem Tentang Pemilih Cerdas di Koran Lampung Post	51
5.2. Kampanye Caleg Nasdem Di Metro TV Lampung.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Panduan Wawancara	66
Surat Izin Penelitian	67

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pasca runtuhnya orde baru yang telah berkuasa selama 32 tahun dengan nuansa otoriter dan monopolitiknya yang sangat kental, menjadi salah satu sebab lahirnya tuntutan penerapan desentralisasi (otonomi daerah). Dimana kekuasaan tidak lagi terpusat pada satu titik pusat kontrol (seperti pada zaman orde baru), tetapi telah dilimpahkan wewenangnya pada pemerintahan turunannya, yaitu daerah tingkat satu (pemerintahan provinsi) dan daerah tingkat dua (pemerintahan kabupaten).

Bersamaan dengan lahirnya otonomi daerah dan hilangnya awan gelap kepemimpinan otoriter dan monopolitik, Indonesia menuju fajar baru dalam kehidupan bernegara. Sistem politik yang lebih terbuka dan tak lagi monopolitik membuka keran baru sumber mata air kehidupan bernegara yang lebih demokratis (bebas dan terbuka).

Salah satu yang yang mengembirakan kita semua, yang juga merupakan ciri suatu negara demokrasi adalah diselenggarakannya pemilihan umum (Pemilu) yang terjadwal dan berkala. Tanpa terselenggaranya pemilu, hilanglah sifat demokratis suatu negara. Demikian agar sifat demokratis suatu negara itu dapat terjamin oleh adanya pemilu, harus dilaksanakan secara berkualitas (Galuh Kartiko, 2009 : 38).

Demokrasi merupakan sebuah pembebasan. Pembebasan atas kekuasaan absolut monopoli dari satu ataupun segelintir (elit) manusia yang dimaksudnya. Menurut Budiardjo secara harfiah demokrasi terangkai atas dua kata yaitu demos yang berarti rakyat dan kratos atau kratein yang bermakna kekuasaan atau berkuasa. Sehingga secara sederhana dapat diartikan sebagai kekuasaan (dari, untuk dan oleh) rakyat atau rule by the people (Budiardjo, 1985: 50).

Jalan untuk menuju kearah negara demokrasi yaitu dengan pemilihan umum (pemilu) yang merupakan langkah awal untuk menentukan pemerintahan baru merupakan bentuk demokrasi yang harus dilakukan oleh setiap negara yang mengaku menganut sistem demokrasi. Pemilu merupakan kebutuhan mutlak bagi setiap negara dalam rangka menegakkan dan mempertahankan demokrasi.

Pada dasarnya tidak ada negara yang disebut demokrasi tanpa penyelenggaraan pemilihan umum (pemilu) termasuk Indonesia. Pemilu dapat dikatakan sebagai langkah awal untuk mewujudkan perbaikan demokrasi di Indonesia dan dianggap sebagai tahap penyampaian kemajuan dalam perkembangan demokrasi negara ini.

Pemilu merupakan perwujudan dari demokrasi yang sesungguhnya karena kedaulatan sepenuhnya kembali kepada rakyat yaitu dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat serta akhirnya rakyat bebas menentukan pilihannya. Proses pemilu memiliki dampak yang begitu luas bagi berjalannya pemerintah dan berkembangnya budaya oleh rakyat (yang diperintah). Pemilu tidak lepas dari partai politik, karena partai politik dapat menyalurkan aspirasi rakyat, di mana rakyat dapat ikut di dalamnya dan berpengaruh kuat dalam pemilu.

Partai Politik juga merupakan sarana bagi warga negara untuk turut serta atau berpartisipasi dalam proses pengelolaan negara. Menurut Mirriam Budiardjo (2008:407) Partai politik merupakan jembatan yang menghubungkan aspirasi rakyat terhadap hak dan tuntutan kepada suatu pemerintahan. Selain itu, partai politik juga merupakan wadah perjuangan rakyat dimana partai menyuarakan pandangan serta kepentingan berbagai kalangan masyarakat.

Dengan meluasnya gagasan bahwa rakyat merupakan faktor yang perlu di perhitungkan serta diikutsertakan dalam proses politik, maka partai politik lahir secara spontan dan berkembang menjadi penghubung antar rakyat dan pemerintah. Partai politik umumnya dianggap sebagai manifestasi dari suatu sistem politik yang sudah modern atau yang sedang dalam proses memodernisasikan diri.

Saat ini di negara-negara baru partai politik sudah menjadi lembaga politik yang *inherent* (melekat). Menurut Friedrich dalam (Budiardjo, 2006 : 161) berpendapat bahwa partai politik adalah sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pimpinan partainya.

Pada tanggal 17 April 2019 Indonesia menggelar pesta demokrasi yang digunakan sebagai sarana untuk memilih anggota legislatif dan dibarengi dengan pemilihan presiden beserta wakil presiden. Partai politik yang masuk dalam kontestan pemilu tahun 2019 terdiri dari 16 Partai Nasional, dan 4 Partai Lokal Aceh. Pemilihan Umum (pemilu) diselenggarakan untuk memilih 575 anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), 136 anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD), serta anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD Provinsi maupun DPRD Kabupaten/Kota) Se-Indonesia periode 2019-2024.

Banyak partai yang sudah menyusun strategi untuk memenangkan pemilu. Secara keseluruhan, partai politik membutuhkan suatu perencanaan strategi dalam melakukan hubungan dengan masyarakat. Perencanaan ini menyangkut produk politik yang akan dibawakan, *image* yang akan dimunculkan, program kampanye yang akan dilakukan dan strategi penggalangan massanya. Perencanaan perlu dilakukan agar alokasi sumberdaya (misalnya manusia, keuangan, dan infrastruktur) dapat dilakukan secara efisien. Selain itu, perencanaan itu dibutuhkan agar setiap program dan aktivitas partai memiliki kesamaan gerak dan arah.

Menurut Firmansah (2007:121) Strategi sangat perlu dilakukan oleh setiap kontestan atau partai politik yang ikut dalam pemilu karena persaingan juga secara intens melakukan upaya-upaya untuk memenangkan persaingan politik, dalam dunia politik persaingan sangatlah kuat untuk mendapatkan suara atau dukungan dari rakyat. Semua itu harus di pikirkan atau direncanakan oleh setiap partai politik untuk tetap bertahan di dunia politik dan dapat memperoleh kekuasaan di pemerintahan.

Strategi berawal dari suatu perencanaan yang tidak dapat terjadi dengan sendirinya. Hampir semua elemen partai politik perlu dilibatkan dalam penyusunan perencanaan strategi partai politik yang bersangkutan. Hal ini dapat dilakukan dengan identifikasi misi dan visi partai. Misi partai politik bisa menjelaskan mengapa partai politik itu berdiri dan ada. Visi partai politik bisa menjelaskan tujuan jangka panjang partai yang ingin mereka capai.

Untuk dapat menyusun perencanaan yang komprehensif, partai tersebut harus memiliki perencanaan yang struktur dan jelas tentang apa yang akan dilakukan kemudian hari yaitu menjadi partai pemenang dalam pemilu. Salah satu partai yang menjadi objek penelitian penulis yaitu Partai Nasional Demokrat (Nasdem) sebagai partai baru yang berhasil meningkatkan *elektabilitasnya* secara signifikan pada Pemilihan Umum (Pemilu) 2019 baik dalam Tingkat Nasional secara umum dan di Provinsi Lampung secara khusus.

Dalam kontestasi Pemilu, tentunya seluruh Partai politik memiliki strategi - strategi untuk meningkatkan perolehan suara partai nya dan mencapai target kemenangan termasuk juga Partai Nasdem yang merupakan partai baru pada tahun 2014. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi politik yang matang dari Partai Nasdem untuk dapat mempertahankan posisinya sebagai partai kuda hitam pada Pemilu 2014¹.

Julukan sebagai Partai kuda hitam tersebut tentu tidak terlepas dari status Partai Nasdem yang merupakan partai baru saat mengikuti pemilu pada tahun 2014, namun perolehan suara Partai Nasdem di Provinsi Lampung terbilang cukup besar jika di bandingkan dengan partai-partai yang lebih dulu ada seperti PKB, PPP dan Partai Hanura. Hal itu dapat dilihat pada tabel berikut ini:

<https://nasional.sindonews.com/read/704720/12/Nasdem-kuda-hitam-di-pemilu-2014> diakses pada 16 Januari 2020

Tabel 1.1. Perolehan Suara Partai Politik Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Lampung Tahun 2014

NO	NAMA PARTAI	PEROLEHAN KURSI	JUMLAH SUARA
1	PDIP	17	299.365
2	Demokrat	11	146.922
3	Golkar	10	154.033
4	Gerindra	10	125.547
5	PAN	8	143.990
6	Nasdem	8	114.371
7	PKS	8	112.581
8	PKB	7	68.421
9	PPP	4	30.016
10	Hanura	2	27.247

Sumber : Data KPU Provinsi Lampung 2014

Pada tabel di atas dapat dilihat perolehan suara partai Nasdem pada pemilu 2014 di Provinsi Lampung menempati peringkat 6 dengan meraih suara sebanyak 114.371 dan jumlah kursi yang sama dengan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Amanat Nasional (PAN) sebanyak 8 kursi. Dan pada tahun 2019 Partai Nasdem berhasil meningkatkan elektabilitasnya dengan memperoleh 139.670 suara dengan menempatkan 9 kursi kader Partai Nasdem pada DPRD Provinsi Lampung. Hal itu dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.2. Perolehan Suara Partai Politik Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Lampung Tahun 2019

NO	NAMA PARTAI	PEROLEHAN KURSI	JUMLAH SUARA
1	PDIP	19	381.758
2	Gerindra	11	200.020
3	Golkar	10	163.160
4	Demokrat	10	136.803
5	Nasdem	9	139.670
6	PKB	9	107.496
7	PKS	9	128.594
8	PAN	7	101.717
9	PPP	1	11.367

Sumber data KPU Provinsi Lampung 2019

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pada pemilihan umum tahun 2019 di Provinsi Lampung Partai Nasdem mengalami peningkatan elektabilitas dengan

memperoleh dukungan 139.670 suara dan 9 kursi di DPRD serta menempati urutan ke 5 dibandingkan dengan Pemilu 2014 yang memperoleh dukungan 114.371 suara dan 8 kursi di DPRD. Partai Nasdem juga berhasil menempatkan kadernya duduk sebagai Pimpinan DPRD Provinsi Lampung yaitu sebagai Wakil Ketua IV DPRD Provinsi Lampung periode 2019-2024.

Status Partai Nasdem sebagai partai yang berhasil meningkatkan *elektabilitasnya* pada Pemilu 2019 di Provinsi Lampung dalam kondisi internal partai yang kurang baik dengan mundurnya Ketua DPW pada awal tahun 2018 tentu merupakan prestasi yang luar biasa, apalagi mundurnya Ketua DPW Partai Nasdem Provinsi Lampung dari jabatannya dikarenakan tersandung masalah hukum.

Berdasarkan data uraian diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengurai dan menganalisis serta mendeskripsikan tentang Strategi Partai Nasdem Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pemilu Tahun 2019 Di Provinsi Lampung. Strategi yang di gunakan Partai Nasdem sehingga elektabilitas Partai Nasdem dapat meningkat pada pemilu tahun 2019 khususnya di Provinsi Lampung. Terlebih melihat adanya kasus hukum yang melibatkan kader dari Partai Nasdem di Provinsi Lampung termasuk juga Ketua DPW Nasdem Lampung Provinsi namun, Partai Nasdem dapat meningkatkan Jumlah Perolehan suara pada pemilu tahun 2019 dan mendominasi suara pemilih yang ada disetiap daerah khususnya yang ada di Provinsi Lampung.

Bedasarkan uraian penjelasan tersebut diatas melatarbelakangi peneliti tertarik untuk mengetahui tentang **Strategi Partai Nasdem Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pemilu Tahun 2019**. Sebagai bahan referensi penelitian ini maka peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang terdapat kaitannya dengan penelitian :

NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
Harold Y. Pattiasina	STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PDI PERJUANGAN KABUPATEN MALUKU	Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan Kabupaten Maluku Tengah dalam menghadapi pemilu legislatif tahun 2014, yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, mendidik masyarakat terhadap arti dan signifikansi fakta yang

	TENGAH PADA PEMILU 2014	ada, menyediakan diri untuk menampung aspirasi masyarakat, dan publikasi yang ditujukan untuk pemerintah dan lembaga-lembaga politik lainnya maka dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi pemilu legislatif pada tahun 2014 di Kabupaten Maluku Tengah memang benar ada inisiatif dan berbagai cara dari pengurus DPC PDI Perjuangan Kabupaten Maluku Tengah agar untuk menyampaikan segala bentuk program kerja kepada masyarakat, berbagai cara dilakukan sebagai alat komunikasi politik partai PDIP seperti memberikan informasi kepada media masa, turun langsung menemui masyarakat dan juga melakukan keterbukaan kepada pihak pemerintah dan pihak lembaga-lembaga politik lainnya yang ada di Kabupaten Maluku Tengah agar mempermudah mendapatkan simpatisan guna memenangkan pemilihan calon legislatif Kabupaten Maluku Tengah pada tahun 2014.
Jefri	STRATEGI KOMUNIKASI DAN BUDAYA LIQO' MELALUI MODEL KEPEMIMPINAN YANG AMANAH DALAM RANGKA ELEKTABILITAS SUARA PARTAI PADA PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) DI KOTA SEMARANG	Hasil penelitian menyimpulkan sebagai berikut: Strategi komunikasi PKS terdiri dari proses organizing, komunikasi kampanye dan strategi kaderisasi (liqo'). Model kepemimpinan yang amanah dalam rangka meningkatkan Elektabilitas Suara Partai PKS di kota Semarang adalah Kepemimpinan profetik. Saran dalam penelitian : <ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen kampanye sebaiknya diawali riset bukan langsung kepelaksanaan komunikasi kampanye. 2. Ditengah pemberitaan negatif melalui media massa sehingga meruntuhkan elektabilitas PKS maka yang harus dilakukan PKS untuk meningkatkan elektabilitasnya adalah: <ol style="list-style-type: none"> a. Terus melakukan pelayanan sosial diakar rumput dan dibangkitkan lagi secara agresif. b. Penokohan terhadap kader-kader PKS yang ada di daerah baik provinsi maupun kabupaten dan kota yang masih banyak jujur dan

		<p>bersih melalui media.</p> <p>c. Membangun hubungan baik dengan media karena media adalah bagian instrumen politik dan demokrasi.</p> <p>d. Membangun kepercayaan diri kader dengan cara menghadirkan atau menunjukkan bahwa masih banyak tokoh-tokoh yang lebih baik baik ditingkat pusat maupun di daerah.</p>
Nugraha Ramdan Setia	STRATEGI PARTAI KEBANGKITAN BANGSA (PKB) KOTA TARAKAN DALAM MENINGKATKAN DUKUNGAN PADA PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF TAHUN 2014	<p>Hasil penelitian ini menyimpulkan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi PKB dalam meningkatkan dukungan pemilih pada Pemilu Legislatif 2014 di Kota terdiri dari: <ol style="list-style-type: none"> a. Strategi umum, dalam bentuk menyatukan persepsi tokoh-tokoh NU bahwa PKB adalah NU, melakukan pendekatan personal berupa kunjungan door to door, dan menyelenggarakan kegiatan sosial keagamaan seperti pengajian, tahlillan, membantu orang pas terkena musibah, mimbar bebas. Strategi umum ini tergolong dalam tingkatan <i>enterprice strategy</i>. b. Strategi khusus yang digunakan PKB Tarakan yaitu, kaderisasi saksi berbasis TPS, melibatkan peran semua badan otonom, dan menampilkan figur caleg muda. Strategi umum tersebut tergolong dalam tingkatan corporate dan business strategy. Adapun strategi marketing politik yang dilakukan, yakni: <ol style="list-style-type: none"> 1. Memasarkan produk (product) politik PKB dan para caleg-nya yang diterapkan pada strategi umum dalam bentuk menyelenggarakan kegiatan-kegiatan sosial keagamaan. Dalam kegiatan tersebut, PKB dan caleg mensosialisasikan

		<p>program kerja (platform), prestasi yang terkait dengan rekam jejak masa lalu.</p> <p>2. Menunjukkan karakteristik personal. Promosi (promotion) dilakukan melalui media periklanan seperti surat kabar serta iklan dan orasi monolog di televisi. Publikasi PKB dan para caleg-nya dilakukan melalui even-even tertentu misalnya turnamen futsal dengan menjadi sponsor even tersebut.</p>
--	--	---

Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2020.

Pada penelitian pertama yang dilakukan oleh Harold Y. Pattiasina dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan Kabupaten Maluku Tengah Pada Pemilu 2014 lebih melihat pada strategi komunikasi politik untuk menghadapi Pemilu 2014 sedangkan penelitian yang dilakukan penulis melihat secara umum strategi yang digunakan Partai Nasdem sehingga elektabilitasnya meningkat pada Pemilu 2019.

Penelitian kedua oleh Jefri dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Dan Budaya Ligo' Melalui Model Kepemimpinan Yang Amanah Dalam Rangka Elektabilitas Suara Partai Pada Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Di Kota Semarang menganalisis tentang strategi komunikasi dan budaya partai PKS dalam rangka meningkatkan elektabilitas suara partai sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih melihat pada strategi Partai Nasdem dalam meningkatkan elektabilitas pada Pemilihan Umum tahun 2019.

Penelitian ketiga oleh Nugraha Ramdan Setia dengan judul penelitian Strategi Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Kota Tarakan Dalam Meningkatkan Dukungan Pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014 menjelaskan strategi Partai Kebangkitan Bangsa di Kota Tarakan dalam meningkatkan dengan model-model pendekatan personal dan budaya-budaya NU.

Berdasarkan hasil kajian peneliti terhadap referensi diatas maka penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu dengan melihat bagaimana strategi yang digunakan Partai Nasdem dalam meningkatkan *elektabilitasnya* di Provinsi Lampung.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dengan memperhatikan hasil penelitian terdahulu melalui jurnal, maka penulis merumuskan masalah penelitian ini ke dalam dua pertanyaan penelitian yaitu :

1. Bagaimana strategi Partai Nasdem dalam meningkatkan elektabilitas pada pemilu legislatif 2019 di Provinsi Lampung?
2. Faktor-faktor apa yang mendukung perolehan suara Partai Nasdem pada pemilu 2019 di Provinsi Lampung?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis uraikan kedalam bentuk pertanyaan, Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi politik Partai Nasional Demokrat (Nasdem) dalam meningkatkan *elektabilitas* pada pemilihan umum tahun 2019.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendukung perolehan suara Partai Nasdem pada pemilu 2019.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara akademis maupun secara teknis.

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah intelektual politik. dan dapat memberikan arti akademis dalam menambah informasi dan memperkaya wawasan politik terutama dalam hal strategi politik.

1.4.2. Manfaat Teknis

Semoga penelitian ini dapat memberikan masukan kepada Partai-Partai lain guna menambah wawasan agar lebih baik dalam pola strategi kampanye politiknya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Strategi

Pengertian strategi secara umum adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau tercapainya suatu tujuan termasuk politik. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu yang menggunakan dan mengembangkan kekuatan - kekuatan (ideologi, politik, ekonomi dan lain-lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya).

Strategi dalam komunikasi partai politik terhadap masyarakat umum dan media massa perlu sekali mengeluarkan komunikasi yang baik karena dalam komunikasi partai politik selalu di analisis oleh lawan politik dan masyarakat. Kemudian dalam strategi komunikasi politik untuk mendapatkan massa yang banyak itu memang perlu dilakukan dengan segala cara agar massa lebih tertarik dengan partai politik dan calon yang diusungkan.

Strategi yang terkait dengan penggalangan dan mobilisasi massa dalam pembentukan opini publik ataupun selama dalam periode pemilihan umum. Strategi ini sangat penting dilakukan untuk memenangkan perolehan suara yang mendukung kemenangan suatu partai politik. Melalui kemenangan suara, suatu partai politik atau pun kandidatnya akan dapat mengarahkan kebijakan politik di Negara bersangkutan agar sesuai dengan tujuan dan cita-citanya, sehingga bentuk dan struktur masyarakat ideal yang diinginkan akan dapat diwujudkan.

Pengertian strategi berasal dari Bangsa Yunani, yang artinya kepemimpinan atas pasukan atau panglima pasukan. Pengertian ini juga berkaitan dengan strategi politik yang dijalankan suatu partai politik, setrategi politik mempunyai tujuan yaitu memenangkan suatu pemilihan umum dan merebut kekuasaan. Strategi partai politik merupakan tahapan-tahapan partai politik untuk merebut,

mempengaruhi dan merekrut setiap individu-individu. Dengan hal ini partai politik dapat memenangkan sebuah pemilihan umum dan memenangkan setiap calon-calon yang diajukannya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep strategi politik. Menurut Firmanzah (2008:224) strategi politik sebagai langkah-langkah yang disusun suatu partai politik di mana partai politik mempunyai visi misi dan nilai-nilai yang sesuai dengan aspirasi rakyat. Strategi Politik terdiri dari tahapan *segmentating*, *targeting*, dan *positioning*.

2.1.1. SEGMENTATING (SEGMENTASI)

Segmentating adalah proses pengelompokan yang menghasilkan kelompok berisi individu-individu yang dihasilkan disebut sebagai segmen menurut Nursal (2004), segmentating pada dasarnya bertujuan mengenal lebih jauh kelompok-kelompok khalayak, hal ini berguna untuk mencari peluang, menggerogoti segmen pemimpin pasar, merumuskan pesan-pesan 16 komunikasi, melayani lebih baik, menganalisa perilaku konsumen, mendesain produk dan lain sebagainya. Para politisi perlu memahami konsep segmentating karena berhadapan dengan para pemilih yang sangat heterogen, para politisi dapat memberi tawaran politik yang efektif bila mereka mengetahui karakter segmen yang menjadi sasaran. Segmentating dapat dilakukan dengan banyak pendekatan. Para pemasar dapat memilih salah satu pendekatan atau mengkombinasikan beberapa pendekatan sebagai kerangka menyusun strategi politik.

Segmentating sangat diperlukan untuk menyusun program kerja partai, terutama cara berkomunikasi dan membangun interaksi dengan masyarakat. Tanpa segmentasi, partai politik akan kesulitan dalam penyusunan pesan politik, program kerja, kampanye politik, sosialisasi, dan produk politik. Dalam segmentasi, masyarakat akan diidentifikasi dan dikelompokkan berdasarkan karakteristik tertentu. Kompleksitas dan kerumitan struktur masyarakat dicoba disederhanakan melalui identifikasi setiap kelompok yang menjadi penyusun utama suatu

masyarakat. Orientasi pasar sangat tergantung pada segmentasi yang merupakan aktivitas seperti deteksi, evaluasi dan pemilihan kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik sehingga memungkinkan untuk mendesain suatu strategi yang sesuai dengan karakteristik tersebut.

Peran segmentasi perlu dilakukan untuk memudahkan partai politik ataupun individu menganalisis perilaku masyarakat, mengingat masyarakat terdiri dari berbagai kelompok yang memiliki latar belakang dan karakteristik yang berbeda. Masing-masing membutuhkan pendekatan yang berbeda satu dengan yang lainnya. Partai politik ataupun individu harus memahami dengan siapa mereka berkomunikasi.

Menurut (Firmanzah, 2007: 180) Segmentasi adalah perangkat yang digunakan untuk melakukan identifikasi masyarakat berdasarkan kelompok-kelompok masyarakat yang mempunyai karakteristik tertentu. Asumsinya adalah setiap kelompok masyarakat mempunyai cara berfikir, cara berbahasa, serta cara bertindak dan merespon dengan karakteristik yang sangat khas dan unik. Sehingga pengelompokan masyarakat berdasarkan karakteristik terbentuk itu biasa disebut dengan istilah segmentasi. Perlu dilakukan identifikasi dasar segmentasi pemilih untuk memudahkan partai politik dalam menganalisis perilaku masyarakat, mengingat masyarakat terdiri dari berbagai kelompok yang memiliki latar belakang dan karakteristik berbeda. Misalnya, masyarakat pedesaan yang cenderung memiliki karakteristik seperti kolektivitas dan kekeluargaan yang tinggi, pendapatan dan tingkat pendidikan yang rendah maka akan membutuhkan pendekatan yang sederhana dan mudah dimengerti dalam komunikasi pesan politik. Slogan dan jargon ilmiah tidak akan sesuai dengan struktur masyarakat seperti ini.

Sementara kelas perkotaan yang berpendidikan akan menuntut rasionalitas dan logika yang ada dibalik program pesan politik. Pada masyarakat pedesaan, penciptaan dan komunikasi melalui media lalu

menyertakan simbol dan mitos-mitos dapat dilakukan, mengingat sistem kepercayaan mereka masih melihat bahwa simbol dan mitos berperan penting dalam mengatur kehidupan sosial dalam masyarakat pedesaan. Dengan ini maka tim sukses harus menyusun profil dari segmentasi pemilih partai politik perlu menyusun profil hasil segmentasi politik.

Menurut Kollat et al. Dalrymple & Parsons (Dalam Firmanzah, 2007: 193). Profil ini sebaiknya meliputi:

1. Profil tentang pendukung partai politik. Karakteristik dasar seperti usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, tujuan hidup, life-style, nilai dan norma hidup pun perlu diketahui.
2. Profil tentang massa mengambang. Massa mengambang biasanya akan menunggu sampai berakhirnya periode kampanye, lalu memutuskan kontestan mana yang akan dicoblos. Ketika tidak ada kontestan yang dianggap menarik, mereka cenderung untuk menjadi golput. Maka diperlukan profil massa mengambang untuk mengetahui apa saja yang menjadi tuntutan dan aspirasi mereka.
3. Profil tentang pendukung partai lain. Profil ini dibuat mengingat bahwa setiap kontestan pemilihan umum dituntut untuk memperbesar dukungan mereka. Salah satu strategi proaktif dilakukan dalam memperbesar perolehan suara. Hal ini dilakukan karena suatu partai politik selalu berada dibawah ancaman dari pesaing politik dalam berupaya merebut dukungan dari pendukung tradisional.

Segmentating dapat dilakukan sebelum atau sesudah produk politik dibuat. Ini merupakan salah satu upaya untuk mengenali karakteristik tiap kelompok pasar, meskipun nantinya tidak seluruh kelompok pasar yang diidentifikasi tersebut dijadikan sebagai kelompok yang disasar (*targeting*). Tahap-tahap yang harus dilakukan dalam *segmentating* pemasaran politik adalah:

- a. Mengidentifikasi dasar-dasar atau kategorisasi yang akan digunakan sebagai dasar *segmentating* atau pemetaan pemilih.
- b. Menyusun profil berdasarkan hasil *segmentating* pemilih. Dalam menyusun Profil ini menyangkut adanya tiga hal, yaitu: profil tentang pendukung partai politik (konstituen, simpatisan, dan *vote getter*), profil tentang massa mengambang yang mungkin diraih suaranya termasuk pemilih pemula, dan profil tentang pendukung partai lain.

Segmentasi ini perlu dilakukan guna untuk mempermudah jalannya partai politik dalam menganalisis perilaku masyarakat. Hal tersebut dilakukan mengingat masyarakat terdiri dari berbagai kelompok yang memiliki latar belakang dan karakteristik berbeda. *Segmentasi* juga diperlukan untuk menyusun program kerja partai. Salah satu contohnya dengan cara berkomunikasi dan membangun interaksi dengan masyarakat. Partai politik akan kesulitan dalam penyusunan pesan politik, program kerja, kampanye politik, sosialisasi, dan produk politik tanpa adanya *segmentasi*.

Menurut Adman Nursal (2004:259), ada beberapa dasar atau kategori *segmentasi* yang bisa digunakan untuk mengidentifikasi kelompok pemilih, antara lain:

1. *Segmentasi* Agama

Segmentating berdasarkan agama merupakan salah satu unsur penting dalam sebuah strategi didalam sebuah negara demokrasi khususnya di Indonesia. Sehingga sampai saat ini banyak juga partai politik yang bermunculan dengan berasaskan agama sejak pasca reformasi. Meskipun tidak semua pemeluk Islam akan memilih partai Islam, namun dengan persentase penganut agama Islam yang mayoritas di Indonesia, maka isu-isu terkait dengan agama Islam dan pemeluknya menjadi hal yang penting dan berpengaruh.

2. *Segmentasi Gender*

Segmentating pemilih berdasarkan gender, laki-laki dan perempuan, juga sangat penting untuk dilakukan. Jumlah pemilih perempuan yang lebih banyak daripada pemilih laki-laki menjadikan perempuan sebagai segmen pemilih yang harus diperhatikan dan diperhitungkan. Apalagi dengan semakin meluasnya perspektif gender dalam kebijakan publik dan pembangunan serta tuntutan dunia internasional terhadap pemberdayaan perempuan juga semakin tinggi. Bahkan undang-undang Pemilu 2003 mengatur tentang kuota 30 persen caleg perempuan. Dengan strategi kuota ini diharapkan kepentingan perempuan dapat lebih terwakili, yaitu melalui adanya representasi perempuan dalam politik dan pemerintahan. Melalui pemberian jatah kursi terhadap perempuan di parlemen, setidaknya secara kuantitas kaum perempuan terepresentasikan. Namun demikian, muncul pula adanya pendapat yang kontra terhadap strategi kuota. Mereka menganggap bahwa keterwakilan perempuan di parlemen justru kontra produktif terhadap nilai-nilai demokrasi dan upaya pemberdayaan politik perempuan. Bagi kelompok yang kontra, kuota tidak bisa dianggap sebagai ukuran untuk merepresentasikan kepentingan perempuan di parlemen, karena belum tentu perempuan yang duduk di parlemen memiliki *gender awareness* (kepedulian terhadap permasalahan perempuan dengan perspektif gender). Sehingga hal yang terpenting bukanlah kuota, melainkan *gender awareness* dari para anggota parlemen, dan lebih jauh lagi membuat kebijakan yang berperspektif gender atau adil gender baik bagi laki-laki maupun perempuan.

3. *Segmentasi Usia*

Karakteristik pemilih juga bisa dilihat berdasarkan kelompok usia, karena setiap kelompok usia memiliki pandangan hidup, kebutuhan, dan perilaku yang berbeda. Rhenald Kasali membagi segmentasi usia ke dalam lima kelompok usia, yaitu: masa transisi (usia 17-23 tahun), masa pembentukan keluarga (24-30 tahun), masa peningkatan karir dan pekerjaan (usia 30-40 tahun), masa pemapanan (usia 41-50

tahun), dan masa persiapan pensiun (usia 51-65 tahun). Dalam pemasaran politik, kelompok usia 17-23 tahun menjadi salah satu kelompok usia yang penting bagi perolehan suara, karena mereka yang ada dalam kelompok ini merupakan pemilih pemula.

4. Segmentasi Geografis

Segmentating diatas dalam politik sering dilakukan berkaitan dengan daerah basis dukungan. Untuk kasus Indonesia bisa saja *segmentating* geografis didasarkan pada pulau-pulau besar, atau provinsi, kabupaten, kota, kelurahan dan desa yang menjadi daerah basis mayoritas dukungan partai.

5. Segmentasi Perilaku Pemilih

Segmentating berdasarkan perilaku pemilih dapat dikelompokkan menjad empat, yaitu:

- a. Segmen pemilih rasional, kelompok pemilih yang memfokuskan perhatiannya pada isu dan kebijakan kontestan pemilu dalam menentukan pilihan politiknya.
- b. Segmen pemilih emosional, kelompok pemilih yang dipengaruhi oleh perasaan-perasaan tertentu terhadap kandidat dalam menentukan pilihan politiknya.
- c. Segmen pemilih sosial, kelompok pemilih yang mengasosiasikan kontestan pemilu dengan kelompok-kelompok sosial tertentu dalam menentukan pilihan politiknya.
- d. Segmen pemilih situasional, kelompok pemilih yang dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya situasional menjelang pemilu dalam menentukan pilihan politiknya.

2.1.2. TARGETING

Setelah *segmentating* dilaksanakan dan menghasilkan profil pemilih, tahap selanjutnya adalah melaksanakan *targeting*. *Targeting* adalah ukuran yang dijadikan untuk menilai sebuah kerja dan upaya mencapai hasil atau tidak berdasarkan kepentingan-kepentingan tertentu yang

khusus. Pada saat menentukan target, maka setiap kelompok masyarakat akan dibedakan seberapa besar yang akan dijadikan target pokok atau target utama. Dengan konsep *targeting* pada setiap kelompok masyarakat tersebut, maka dimungkinkan menyusun strategi yang sesuai dengan derajat target yang akan diraih pada setiap kelompok.

Kelompok masyarakat yang memiliki populasi besar merupakan target politik yang “menggiurkan” untuk didekati, karena merekalah penyumbang perolehan suara dalam jumlah besar. Standar pengukuran juga dapat menggunakan arti penting dan efek kelompok tersebut dalam memengaruhi opini publik. Meskipun jumlah kelompok masyarakat tersebut tidak memiliki besaran yang signifikan, pengaruh mereka dalam membentuk opini publik jelas sangat besar. Jadi, kelompok masyarakat ini layak untuk didekati oleh kontestan pemilu.

Targeting dilakukan untuk memfokuskan kegiatan kampanye dan isu yang dibuat sebelum menentukan target sasaran kampanye. Tim kampanye harus melihat jumlah total pemilih disuatu wilayah, dari situ akan ditetapkan jumlah pemilih minimal yang harus diraih untuk memenangkan pemilihan secara umum. Khalayak sasaran yang dipilih oleh tim kampanye kandidat terutama adalah individu-individu yang dianggap masih belum menjatuhkan pilihannya kepada kandidat tertentu. Selain itu, kampanye juga dilakukan kepada basis massa pendukung utamanya dalam rangka proses reinforcement.

Dalam targeting, yang pertama kali dilakukan adalah membuat standard dan acuan pengukuran masing-masing segmen politik. Standar yang digunakan sebagai acuan yaitu menggunakan jumlah dan besaran pemilih, jadi wilayah mana yang penduduknya penuh dengan pemilih atau populasi yang banyak, karena merekalah penyumbang suara terbanyak pada saat pemilihan umum. Akan tetapi, tidak hanya wilayah dengan populasi terbanyak saja yang dijadikan sebagai targeting oleh partai politik, *targeting* juga bisa dilakukan di wilayah yang memiliki

banyak tokoh penting bagi masyarakatnya, karena dengan hal itu partai politik bisa membuka opini publik agar dapat memperoleh suara banyak. Meskipun jumlah kelompok masyarakat tersebut tidak memiliki besaran yang signifikan, pengaruh mereka dalam membentuk opini publik sangat besar.

Ada beberapa langkah dalam *targeting*:

1. Membuat acuan pengukuran masing-masing segmen politik.
2. Memilih target dari segmen yang ada.

Dikarenakan keterbatasan sumber daya partai, Tidak semua segmen pemilih dijadikan target pemasaran politik. Pertimbangan memilih segmen mana yang akan dijadikan target ditentukan oleh dua hal, yaitu: *Pertama*, efek langsung dari segmen politiknya yaitu perolehan suara dalam pemilu. *Kedua*, efek pengganda (*multiplier effect*) dengan ikutnya segmen tersebut dalam memperbesar perolehan suara. Dalam istilah politik dikenal juga konsep *vote getter* yang menunjuk pada individu berpengaruh atau kelompok berpengaruh yang bisa mempengaruhi perilaku memilih individu atau anggota kelompoknya.

2.1.3. **POSITIONING**

Positioning dalam marketing menurut Firmanzah (2012 : 189) didefinisikan sebagai semua aktivitas untuk menanamkan kesan dibenak para konsumen agar mereka bias membedakan produk dan jasa yang dihasilkan oleh organisasi bersangkutan. Dalam *positioning*, atribut produk dan jasa yang terdapat dalam sistem kognitif konsumen, dengan demikian, konsumen akan dengan mudah mengidentifikasi sekaligus membedakan produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dengan produk-produk atau jasa-jasa lainnya. Semakin tinggi image yang direkam dalam benak konsumen semakin mudah pula mereka mengikat image produk yang bersangkutan. Menanamkan dan menempatkan image dalam benak masyarakat tidak hanya terbatas pada produk dan jasa, karena organisasi perusahaan secara keseluruhan

juga perlu ditanamkan dalam benak konsumen. Hal-hal seperti kredibilitas dan reputasi juga perlu ditanamkan dalam benak konsumen.

Menurut Nursal (2004), definisi *positioning* dalam pemasaran politik adalah tindakan untuk menancapkan citra tertentu kedalam benak para pemilih agar tawaran produk politik dari suatu kandidat memiliki posisi khas, jelas dan meaningful. Positioning yang efektif akan menunjukkan perbedaan nyata dan keunggulan seorang kandidat dibandingkan dengan kandidat pesaing. *Political positioning* menurut Kasali dalam Nursal (2004), dapat didefinisikan sebagai strategi komunikasi untuk memasuki pikiran pemilih agar seorang kandidat mengandung arti tertentu yang berbeda yang mencerminkan keunggulannya terhadap kandidat pesaing dalam bentuk hubungan yang asosiatif.

Berdasarkan pengertian positioning menurut para ahli diatas dapat peneliti simpulkna bahwa positioning adalah sebuah strategi komunikasi yang bersifat dinamis, berhubungan dengan event marketing, berhubungan dengan atribut-atribut kandidat, memberi makna penting kepada para pemilih, atribut-atribut yang dipakai harus unik, harus diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang enak dan mudah didengar serta terpercaya.

Menurut Lock & Harris (dalam Firmanzah, 2007: 197) positioning dapat dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut:

1. Positioning berdasarkan isu dan kebijaksanaan politik, yakni mempresentasikan kebijakan atau program yang diperjuangkan dan dijanjikan oleh kandidat politik jika menang dalam pemilihan.
2. Positioning berdasarkan benefit, yakni partai atau kandidat akan memberi manfaat tertentu kepada pemilih.
3. Positioning berdasarkan citra kandidat, positioning yang mengacu pada sifat pribadi yang penting dan dianggap sebagai karakter kandidat.

4. Positioning berdasarkan peristiwa personal, yakni mengacu pada kehidupan pribadi yang pernah dialami oleh kandidat.
5. Positioning berdasarkan cerita sosial, yakni positioning yang menunjukkan stereotype kandidat untuk menarik pemilih dengan menciptakan asosiasi antara kandidat dengan segmen-segmen tertentu dalam masyarakat.

Setelah pola segmentasi, target dan posisi di lakukan, marketing politik sangatlah berpengaruh dalam strategi kemenangan partai politik dalam pemilu. Menurut Hafid Cangara (2009:276) marketing politik harus di gerakan oleh 4 elemen utama yaitu :

1. Produk

Produk ini berisi konsep, identitas, ideologi yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. figur kandidat sudah ditampilkan dalam sosial media secara jelas, kedua program/kebijakan yang ditawarkan sudah ditulis oleh tim pemenangan sehingga masyarakat memahami program-program yang akan dilakukan oleh kandidat, dan ketiga adalah platform partai pengusung itu sendiri. Berkaitan dengan figur kandidat, kandidat apakah sudah dikenal oleh masyarakat akan terlihat dari jumlah followers sosial media, atau komentar yang diberikan masyarakat.

2. Tempat

Tempat (place), berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Ini berarti sebuah partai atau kandidat harus dapat memetakan struktur serta karakteristik masyarakat baik itu geografis maupun demografis. Dalam sosial media harga ekonomis tidak akan terlihat karena penggunaan sosial media bentuknya sangat transparan, terkait harga psikologis yang dimunculkan adalah bagaimana tanggapan terhadap black campaign dan negative campaign serta masalah ketidakpuasan kompetitor terhadap harga image kandidat atau partai terkait. Sehingga tim pemenangan cepat

tanggap 18 dalam memberikan setiap berita yang ada sehingga tidak ada persepsi buruk muncul dari masyarakat terutama masalah uang kampanye yang dikeluarkan kandidat.

3. Harga

Harga (price) mencakup ekonomi, psikologi, sampai citra nasional. Harga ekonomi mencakup biaya yang dikeluarkan partai selama kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis misalnya rasa nyaman dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan. Harga citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan menjadi kebanggaan negara.

4. Promosi

Promosi (promotion) adalah upaya periklanan, kehumasan dan promosi untuk sebuah partai yang di mix sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini pemilihan media perlu dipertimbangkan yaitu bagaimana melakukan komunikasi seperti kampanye politik dengan kelompok–kelompok masyarakat melalui berbagai media komunikasi.

Kemampuan dan pemahaman partai politik dalam mengkolaburasikan keempat rangkaian strategi marketing politik tersebut akan memudahkan masyarakat dalam menentukan pilihannya. Hal itu tentu akan berdampak signifikan bagi perolehan suara politik yang diraih oleh partai tersebut. Strategi politik ini hanya akan terlihat hasilnya dalam pemilihan umum.

2.2. Konsep Partai

Menurut Lapalombara dan Weiner yang dikutip oleh Ramlan Subakti (1992:114) mendefinisikan partai politik sebagai sebagai organisasi yang mempunyai kegiatan yang berkesinambungan artinya masa hidupnya suatu partai politik tidak bergantung pada masa jabatan atau masa kepemimpinannya. Partai politik juga bisa di artikan sekelompok orang yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan

kedudukan di suatu negara melalui cara pemilihan umum serta dengan menyusahkan kelompok tertentu yang menjadi perbedaan antara partai politik dan kelompok-kelompok yang mempunyai kepentingan.

Menurut miriam budiarjo (2003:90) partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai nilai dan cita cita yang sama. Tujuan kelompok ini adalah memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik melalui cara yang konstitusional untuk melaksanakan kebijaksanaan yang mereka miliki. Sebagai contoh partai Nasdem memiliki gagasan-gagasan restorasi Indonesia. Dimana di dalam kandungan gagasan-gagasan tersebut mengandung nilai-nilai dan martabat yang mengedepankan kepentingan rakyat, mengembalikan, memperbaiki, memulihkan kehidupan rakyat dan memajukan pancasila sebagai jati diri negara bangsa sebagai dasar kehidupan bersama. Gagasan-gagasan tersebutlah yang menjadi panduan partai Nasdem untuk menawarkannya kepada rakyat.

Sedangkan pengertian partai politik menurut Rahman (2007:103) merupakan lembaga yang aktivitasnya bertujuan untuk meraih kekuasaan politik di dalam jalannya sebuah negara.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat di simpulkan bahwa partai politik adalah sekumpulan orang yang memiliki tujuan yang sama dengan cara-cara yang sistematis melalui pemilihan umum untuk meraih kekuasaan di sebuah negara khususnya di negara demokratis. Partai Nasdem merupakan kelompok terorganisir yang anggotanya mempunyai nilai-nilai dan cita-cita yang sama untuk memperjuangkannya di dalam pemilihan umum.

2.3. Fungsi Partai Politik

Fungsi partai politik Menurut Rahman (2007:103) adalah mencari kekuasaan dan mempertahankan kekuasaan dengan ideologi yang mereka miliki untuk menarik massa di dalam jalannya perpolitikan di sebuah negara khususnya di negara demokrasi. Partai politik selain sebagai organisasi yang terlatih dan mempunyai

tujuan yang sama untuk mencapai dan merebut kekuasaan di pemerintahan partai partai politik mempunyai beberapa fungsi, yaitu :

2.3.1. Fungsi Komunikasi Politik

Fungsi komunikasi politik ini sangat di butuhkan oleh setiap kelompok organisai partai politik. Fungsi komunikasi politik sebagai sarana aspirasi masyarakat kepada partai. Partai merumuskan dan memperjuangkan aspirasi tersebut dengan caracara yang institusional di dalam pemilu dan menjadikannya sebagai kebijakan umum.

2.3.2. Fungsi Sosialisasi Politik

Fungsi sosialisasi politik adalah suatu cara mendapatkan suara di depan masyarakat. Dengan cara-cara bersosialisasi partai maupun kandidat calon harus mengetahui peta kekuatan atau basis masaa di daerah-daerah dengan pendekatan yang sesuai dengan daerah tersebut.

2.3.3. Fungsi Partisipasi Politik

Fungsi partisipasi politik adalah untuk mengajak para anggotanya dan anggota masyarakat yang lain untuk menggunakan partai politik sebagai saluran kegiatan mempengaruhi proses politik. Biasanya melalui indoktrinisasi ideologi untuk mengajak masyarakat supaya mau bergabung dengan partai tersebut.

2.3.4. Sarana Pengatur Konflik

Sarana pengatur konflik berfungsi menyelesaikan segala bentuk konflik yang terjadi di sebuah negara atau daerah. Dalam suasana demokrasi seringkali perpecahan ideologi antar masyarakat terjadi. Karena adanya perpecahan ini seharusnya partai politik sebagai pengatur konflik yang berada di tengah-tengah perpecahan dan perbedaan ideologi untuk menyatukan kembali masyarakat.

2.3.5. Rekrutmen Politik

Fungsi dari rekrumen politik adalah partai politik mencari dan mengajak orang yang berbakat untuk turut aktif dalam kegiatan politik sebagai anggota partai. Caranya melalui contact pribadi persuasi dan lain lain.

2.4. Tujuan Partai Politik

Menurut undang-undang Nomor 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik pada pasal 10 ayat 1 dan 2 diatur akan tujuan umum dan tujuan khusus partai politik sebagai berikut :

1. Mewujudkan cita-cita nasional bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
2. Menjaga dan memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.
3. Mengembangkan kehidupan demokrasi berdasarkan Pancasila dengan menjunjung tinggi kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia
4. Mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia.

Menurut Rahman (2007:106) Tujuan partai politik di bagi menjadi dua bagian yaitu secara umum dan secara khusus sebagai berikut :

1. Secara Umum

Mewujudkan cita-cita nasional bangsa Indonesia sebagaimana di maksud dalam pembukaan UUD 1945 Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan mengembangkan kehidupan demokrasi berdasarkan Pancasila dengan menjunjung tinggi kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), dan mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia.

2. Secara Khusus

Tujuan Khusus dari partai politik adalah untuk meningkatkan adanya partisipasi politik anggota dan masyarakat dalam rangka penyelenggaraan kegiatan politik dan pemerintahan, memperjuangkan cita-cita Partai Politik dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, membangun etika dan budaya politik dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Serta memperjuangkan cita-cita partai politik dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara serta mewujudkannya secara konstitusional, dan mencapai kekuasaan yang sah secara mutlak.

Tujuan utama partai politik Menurut Maurice Duverger (2003:42), adalah memperoleh kekuasaan atau mengambil bagian kekuasaan yang memperoleh kursi dalam pemilihan umum, mengangkat menteri dan mengontrol jalannya pemerintahan¹⁰.

Berdasarkan pengertian tujuan partai politik yang dijelaskan oleh para ahli diatas maka penulis menyimpulkan bahwa tujuan partai politik adalah untuk meraih kekuasaan melalui pemilihan umum.

2.5. Konsep Elektabilitas

Menurut Dendy Sugiono (2008) arti elektabilitas adalah ketertarikan seseorang dalam memilih. Secara bahasa istilah elektabilitas adalah hasil serapan dari bahasa inggris, yaitu “*electability*” yang artinya keterpilihan. Kata *elektabilitas* sangat sering digunakan dalam kaitannya dengan bidang politik. Jika diterapkan pada bidang politik, misalnya partai politik, maka arti elektabilitas adalah tingkat keterpilihan suatu partai politik di masyarakat umum.

Pada umumnya untuk meningkatkan elektabilitas sebuah objek (barang, jasa, orang, lembaga), maka objek tersebut harus populer dan memenuhi kriteria keterpilihan, misalnya;

1. Dikenal baik oleh masyarakat luas
2. Terbukti memiliki kinerja yang baik
3. Memiliki prestasi di bidang tertentu
4. Memiliki rekam jejak yang positif di bidangnya

2.6. Tinjauan Tentang Pemilu

Pemilihan umum didefinisikan sebagai suatu cara atau sarana untuk menentukan orang-orang yang akan mewakili rakyat dalam menjalankan pemerintahan. Pemilu adalah sebuah kesempatan ketika warga memilih pejabatnya dan memutuskan apa yang mereka ingin pemerintah lakukan untuk mereka. Pemilu adalah sarana pelaksana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota DPR, DPD dan DPRD serta Presiden dan Wakil Presiden.

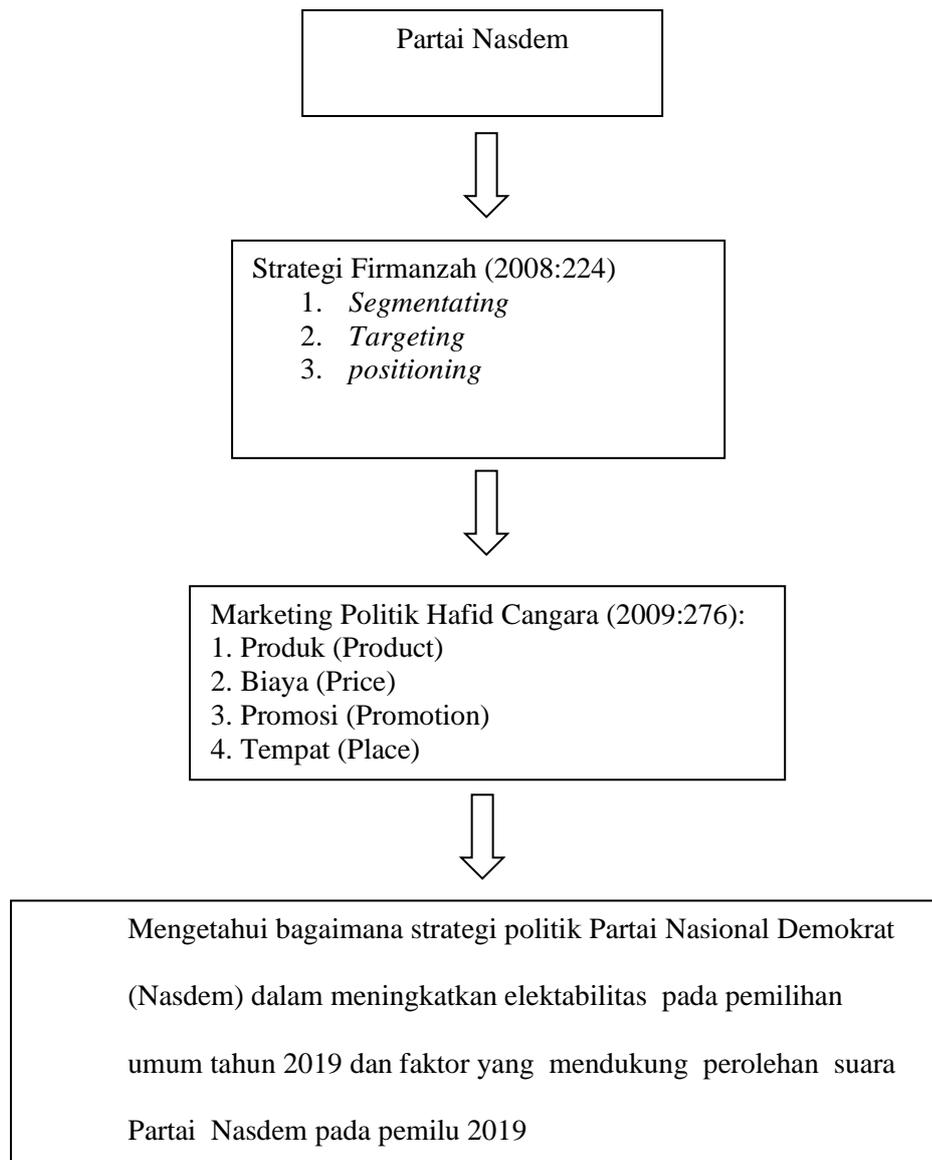
Pemilu diselenggarakan dengan partisipasi rakyat berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil serta menjamin prinsip-prinsip keterwakilan, akuntabilitas dan legitimasi (<http://sospol.pendidikanriau.com/2019/12/definisi-pemilihan-umum-secara.html>, diakses pada tanggal 2 Januari 2020, pukul 15.05).

Menurut Save Dagon (1997:107) Pemilihan umum adalah pemberian suara yang di atur dalam undang-undang untuk memilih calon-calon yang di anggap layak guna menduduki jabatan tertentu. Secara universal pemilu adalah instrument mewujudkan kedaulatan rakyat yang bermaksud membentuk pemerintahan yang absah serta sarana mengartikulasikan aspirasi dan kepentingan rakyat.

Pemilihan umum adalah salah satu cara untuk menentukan para wakil-wakil rakyat yang akan duduk dilembaga legislatif, maka dengan sendirinya terdapat berbagai sistem pemilihan umum. Secara sederhana, pemilu adalah cara individual warga negara melakukan kontrak politik dengan orang atau partai politik yang di beri mandat menjalankan sebagian hak kewarganegaraan pemilih.

Menurut Heryanto, Gun Gun (2010:13) Pemilu merupakan momen historis bagi bangsa Indonesia, dimana Presiden dan Wakil Presiden dipilih secara langsung. Ini merupakan acara sekali dalam lima tahun yang akan menentukan nasib penanganan bangsa ini dimasa mendatang. Model birokrasi yang elitis dan menutup akses dari partisipasi masyarakat, mau tidak mau harus tunduk kepada kedaulatan rakyat. Peran besar yang diberikan kepada rakyat untuk menentukan pemimpin negaranya

2.7. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian Yang Digunakan

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan maka untuk memperoleh yang diperlukan sehingga data relevansi dengan tujuan yang akan dicapai. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Oleh karena itu perlu penulis kemukakan beberapa definisi tentang metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Menurut Surahmad (2000:139) metode penelitian deskriptif tidak hanya sebatas pada pengumpulan data dan penyusunan data. penelitian deskriptif mempunyai ciri-ciri yaitu memusatkan pada pemecahan masalah yang ada dan aktual, data dikumpulkan, disusun, dijelaskan kemudian dianalisis.

Strauss dan Cobin (dalam Tresiana, 2013:14) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara pengukuran.

Berdasarkan konsep di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk memaparkan dengan cara mendeskripsikan hasil melalui gambaran pelaksanaan peningkatan elektabilitas partai politik. Oleh sebab itu nantinya penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data yang diperoleh peneliti dari informan untuk memberikan informasi yang menggambarkan penyajian laporan tersebut. Laporan tersebut dapat berasal dari naskah wawancara, catatan-catatan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.

Pada penulisan penelitian, peneliti menganalisis data tersebut dan sejauh mungkin menggambarkan sebagaimana aslinya. Sehingga dengan demikian dapat diperoleh

penjelasan dan gambaran atas topik penelitian yang sesuai dengan judul penelitian “Strategi Partai Nasdem Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pemilu Tahun 2019 (Studi DPW Nasdem Provinsi Lampung)”.

3.2.Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kantor DPW Partai Nasdem Provinsi Lampung, Peneliti memilih DPW Partai Nasdem sebagai lokasi penelitian dengan alasan karena sumber data dalam penelitian ini bersumber dari kantor DPW Partai Nasdem Provinsi Lampung.

3.3.Fokus Penelitian.

Masalah pada penelitian kualitatif bertumpu pada suatu fokus. Adapun maksud dalam merumuskan masalah penelitian dengan jalan memanfaatkan fokus yaitu pertama, penetapan fokus dapat membatasi studi; kedua, penetapan fokus berfungsi untuk memenuhi inklusi-inklusi atau kriteria masuk-keluar (*inclusion-exclusion criteria*) atau informasi baru yang diperoleh di lapangan sebagaimana dikemukakan Moleong (2004:93-94). Dalam metode kualitatif, fokus penelitian berguna untuk membatasi bidang inquiry. Tanpa adanya fokus penelitian, peneliti akan terjebak oleh banyaknya data yang diperoleh dilapangan. Oleh karena itu fokus penelitian akan berperan sangat penting dalam memandang dan mengarahkan penelitian.

Fokus penelitian bersifat tentatif seiring dengan perkembangan penelitian. Moleong (2004:237) menyatakan bahwa fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif, sekaligus membatasi penelitian guna memilih data yang relevan dan yang baik.

Berdasarkan konsep di atas, dan teori yang digunakan oleh peneliti maka yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah :

1. Mengetahui strategi *Segmentating*, *Targeting*, dan *Positioning* yang dilakukan DPW Partai Nasdem pada Pemilu Tahun 2019 di Provinsi Lampung.

2. Mengetahui marketing poiltik (produk,biaya,promosi,tempat) yang dilakukan DPW Partai Nasdem Provinsi Lampung pada Pemilu Tahun 2019 di Provinsi Lampung .

3.4.Sumber Data

Arikunto (2006:224) menyatakan bahwa, sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh dan untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi sumber data, peneliti telah menggunakan rumus 3P, yaitu :

- 1) *Person* (orang) merupakan tempat dimana peneliti bertanya mengenai variabel yang diteliti
- 2) *Paper* (kertas) adalah tempat peneliti membaca dan mempelajari segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian seperti arsip, angka, gambar, dokumen-dokumen simbol-simbol dan lain sebagainya
- 3) *Place* (tempat) yaitu tempat berlangsungnya kegiatan yang berhubungan dengan penelitian

3.5.Jenis Data

- 1) Data primer, adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui observasi maupun melalui wawancara dengan pihak informan. Metode pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara langsung terhadap petinggi partai dan ketua bapilu.
- 2) Data sekunder, yaitu berupa dokumen-dokumen dari Badan Pusat Statistik (BPS) internet, surat kabar, jurnal dan lain sebagainya. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakannya sebagian atau seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melengkapi penelitian ini, maka digunakan beberapa teknik pengumpulan data. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan hasil data yang lengkap yang nantinya akan mendukung keberhasilan penelitian ini. Untuk mendaptkan data yang sesuai dengan penelitian ini, maka pengumpulan datanya akan dilakukan dengan beberapa cara, yaitu :

3.6.1. Teknik Pokok (Kuisisioner)

Kuisisioner adalah instrumen penelitian yang terdiri dari rangkaian pertanyaan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden. Cara ini dapat dilakukan dengan tatap muka, melalui telepon, komputer atau bahkan pos. Dengan kuisisioner kita juga bisa mendapatkan data dari sampel orang banyak. Pengumpulan datanya juga relatif cepat karena peneliti tidak perlu hadir pada saat pengisian kuisisioner.

Peneliti menggunakan kuisisioner sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data observasi lapangan, pengumpulan data sekunder, dan studi pustaka untuk memperkuat data yang didapat.

3.6.2. Teknik Penunjang

1. Wawancara yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan yang diisi oleh informan tentang materi yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti, yaitu Strategi Partai Nasdem Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pemilu Tahun 2019 Adapun informan yang akan diwawancarai adalah:
 - a. Ketua DPW Partai Nasdem
 - b. Ketua Badan Pemenangan Pemilihan Umum Partai Nasdem Provinsi Lampung 2019.
2. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang. Hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara akan lebih kredibel apabila didukung oleh dokumen-dokumen yang bersangkutan.

3.7. Teknik Pengolahan Data

1. Editing

Editing yaitu proses memeriksa data yang sudah terkumpul, meliputi kelengkapan isian, keterbacaan tulisan, kejelasan jawaban, relevansi jawaban, keseragaman satuan data yang digunakan, dan sebagainya.

2. Penyusunan Data

Data yang sudah ada perlu dikumpulkan semua agar mudah untuk mengecek apakah semua data yang dibutuhkan sudah terekap semua. Kegiatan ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis penelitian. Penyusunan data harus dipilih data yang ada hubungannya dengan penelitian, dan benar-benar otentik. Adapun data yang diambil melalui wawancara harus dipisahkan antara pendapat responden dan pendapat interviwer.

3.8. Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul berdasarkan hasil kuisisioner, wawancara, dan dokumentasi akan dianalisis untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Menurut Miles dan Huberman terdapat tiga jalur analisa data kualitatif, yaitu :

1. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.
2. Penyajian data adalah ketika sekumpulan informasi disusun, secara baik dan akurat sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan yang valid.
3. Penarikan kesimpulan adalah upaya penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada dilapangan.

IV. GAMBARAN UMUM

4.1. Gambaran Umum

Dalam bab ini akan membahas tentang objek penelitian dalam penelitian ini. Peneliti ini mendapatkan data tentang objek penelitian dari website Partai Nasional Demokrat (Nasdem) yaitu www.PartaiNasdem.org, Fanpage Partai Nasional Demokrat (Nasdem), dan Buku Saku Kader Partai Nasional Demokrat (Nasdem).

Dalam bab ini juga berisi antara lain tentang sejarah Partai Nasional Demokrat (Nasdem), struktur organisasi Partai Nasional Demokrat (Nasdem), visi dan misi Partai Nasional Demokrat (Nasdem), dan logo Partai Nasional Demokrat (Nasdem).

4.2. Sejarah Partai Nasional Demokrat (Nasdem)

Partai Nasional Demokrat (Nasdem) resmi menjadi partai politik Indonesia sejak 26 Juli 2011. Partai yang dipimpin Surya Paloh ini berawal dari berdirinya organisasi massa (ormas) bernama sama yang didukung tiga aktivis muda, yakni Patrice Rio Capella, Jeffrie Geovanie, dan Ichsan Loulemba pada 2009.

Ormas Nasional Demokrat (Nasdem) berubah wujud menjadi partai dengan kesadaran gagasan Restorasi Indonesia yang diusung Nasional Demokrat (Nasdem) sulit diwujudkan bila hanya mengandalkan anggota ormas yang tersebar di berbagai partai politik. Perubahan ini menuai pro dan kontra yang pada akhirnya Sri Sultan Hamengkubuwono X mengundurkan diri dari ormas Nasdem pada 6 Juli 2011 dikarenakan ia tidak pernah berkomitmen untuk menjadikan Nasdem sebagai partai dan memiliki komitmen pribadi untuk menjadi kader Golkar.

Partai Nasional Demokrat (Nasdem) pertama kali mengikuti pemilihan umum (pemilu) pada 2014 dan berhasil meraih nomor urut pertama. Sebagai pemain baru, partai berlambangkan lingkaran biru dengan dua siluet oranye di tengah ini berhasil masuk ke dalam posisi sepuluh besar, tepatnya di peringkat ke-8 dengan perolehan 8.402.812 suara (6,72%). Di tahun yang sama pula partai Nasional Demokrat (Nasdem) memberikan dukungan kepada pasangan Jokowi-Jusuf Kalla (JK) yang dinilai dapat membantu menjalankan 'politik gagasan' Restorasi Indonesia. Selain itu, JK juga adalah kawan politik Surya Paloh sejak masih di Partai Golkar.

Partai yang masih berusia tujuh tahun ini rela mengeluarkan dana hingga Rp.600 miliar untuk menerbitkan tabloid Kawan Jokowi, mencetuskan slogan 'Jokowi adalah Kita', dan membentuk Pusat Informasi Relawan sebagai bentuk komitmen dukungannya. Dalam pemilu 2019, Partai Nasional Demokrat (Nasdem) mendapat nomor urut 5. Partai ini menjadi partai pertama yang menyatakan dukungannya kepada Jokowi untuk Pemilihan Presiden 2019.

Dukungan ini disampaikan secara langsung Surya Paloh pada pembukaan Rapat Kerja Nasional (Rakernas) IV dan HUT ke-6 Nasdem November lalu. Partai Nasional Demokrat (Nasdem) juga mendengungkan slogan. 'Jokowi Presidenku, Nasdem Partaiku' sebagai salah satu bentuk kampanyenya.

Kelahiran Partai Nasional Demokrat (Nasdem) tidak bisa dipisahkan lepas dari visi dan misi utama organisasi kemasyarakatan (ormas) Nasional Demokrat, yaitu menggalang Gerakan Perubahan Restorasi Indonesia.

4.3.Visi Dan Misi Partai Nasional Demokrat (Nasdem)

Visi partai Nasional Demokrat (Nasdem) yaitu mengembalikan tujuan bernegara yang termaktub dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 yang berisi negara yang merdeka, bersatu, berdaulat, adil dan makmur. Sementara misi dari partai Nasional Demokrat (Nasdem) yaitu Menggalang kesadaran dan kekuatan masyarakat untuk melakukan Gerakan Perubahan melalui Restorasi Indonesia.

Visi dan misi tersebut disusun berdasarkan Manifesto Partai Nasional Demokrat (Nasdem) saat pendeklarasian partai ini pada 26 Juli 2011. Isi lengkap Manifesto Partai Nasdem adalah sebagai berikut:²

1. Negara diadakan untuk menjalankan mandat yang tertuang dalam konstitusi Undang Undang Dasar 1945. Mandat untuk menjadikan manusia Indonesia yang adil, makmur, dan sejahtera, merdeka sebagai negara, merdeka sebagai rakyat.
2. Merdeka yang kami maksud berarti kebutuhan rakyat terpenuhi, tidak hanya berhenti sebagai jargon-jargon politik, indah didengar, namun tidak pernah mewujudkan. Di sinilah Negara Indonesia yang merdeka, memiliki kewajiban untuk menjamin terpenuhi hak dan kebutuhan rakyatnya, termasuk melindungi jika hak- hak itu dilanggar.
3. Kita patut berbangga dan bersyukur karena reformasi telah mengeluarkan kita dari kubangan kediktatoran. Namun, pada saat yang sama, reformasi juga tidak menawarkan arah yang jelas ke mana bangsa ini akan menuju. Demokrasi terjebak dalam prosedur-prosedur yang tidak berkontribusi langsung pada kesejahteraan rakyat Demokrasi berjalan tanpa bimbingan. Ideologi politik tanpa program politik yang konsisten dan pada akhirnya menjauhkan negara dari mandat konstiusionalnya.
4. Kami menolak demokrasi yang sekedar merumitkan tata cara pemerintahan tanpa mewujudkan kesejahteraan umum. Kami menolak demokrasi yang hanya melahirkan rutinitas sirkulasi kekuasaan tanpa kehadiran pemimpin yang berkualitas dan layak diteladani. Kami menolak demokrasi tanpa orientasi kepada publik. Kami menolak negara yang meninggalkan perannya dalam pemenuhan hak warga negara.
5. Kami mencita-citakan demokrasi Indonesia yang matang yang menjadi tempat persandingan keberagaman dan kesatuan, dinamika dengan ketertiban, kompetisi dengan persamaan dan kebebasan dengan kesejahteraan.

<http://partaiNasdem.id/visi-misi-partai-Nasdem/>, diakses pada tanggal 21 November 2020, pukul 09.00

6. Kami mencita-citakan demokrasi berbasis warga negara yang kuat, yang terpanggil untuk merebut satu masa depan yang gemilang dengan keringat dan tangan sendiri. Kami berdiri atas nama gagasan sosial demokrasi yang mengedepankan kehadiran negara dalam pemenuhan hak-hak warga negara. Kami berdiri untuk membangun politik warga negara, keberagaman sesuai dengan prinsip Bhineka Tunggal Ika.
7. Partai Nasdem berdiri untuk merestorasi cita-cita Republik Indonesia. Kami mengusung mandat konstitusi untuk membangun satu negara kesejahteraan berdasarkan prinsip demokrasi ekonomi, negara hukum yang menjunjung tinggi hak-hak asasi manusia, dan negara yang mengakui keberagaman sesuai dengan prinsip Bhineka Tunggal Ika. Partai Nasdem adalah perwujudan dari nasionalisme kebangsaan, kedaulatan nasional yang bertumpu pada masyarakat yang sejahtera, kekuatan yang demokratik seluruh komponen bangsa, kemandirian ekonomi, dan negara bangsa yang memiliki martabat dalam dunia internasional.
8. Partai Nasdem lahir sebagai keharusan sejarah. Kami lahir dari pergulatan pemikiran para pendiri bangsa dan lahir sebagai jawaban atas kekosongan politik gagasan pasca reformasi. Kami berdiri tegak dengan semangat kebangsaan yang kuat, untuk mewujudkan Indonesia yang adil, makmur, sejahtera dan berdaulat melalui Gerakan Perubahan Restorasi Indonesia. Restorasi Indonesia yang dimaksud diatas adalah gerakan memulihkan, mengembalikan, serta memajukan fungsi pemerintahan Indonesia kepada cita-cita proklamasi 1945, yaitu melindungi segenap bangsa indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia.³

Gagasan ini muncul dari seorang Surya Paloh yang terinspirasi dari gerakan restorasi meiji yang merupakan jawaban bagi bangsa jepang terhadap demoralisasi dan liberalisasi yang terjadi, agar mereka tidak kehilangan karakter nasionalismenya dan menjadi bangsa yang maju.

Surya Paloh dan Siswono Yudho Husodo, *buku putih restorasi indonesia, gerakan perubahan menuju indonesia baru*, (Jakarta, 2010), h. 19

Ada enam agenda yang di usung oleh partai Nasional Demokrat (Nasdem) diantaranya :

1. Membangun kesadaran umum bahwa banyak hal keliru sedang tumbuh dan berkembang di Indonesia yang berpotensi menganjam masyarakat Indonesia.
2. Memperbaiki kesadaran umum di bidang moral, etika, sikap, integritas, dan solidaritas.
3. Membangun kehidupan politik yang bertanggung jawab.
4. Membangun sistem ekonomi yang partisipatif atau emansipatif yang berkeadilan.
5. Merevitalisasi budaya gotong royong dalam kehidupan masyarakat.
6. Membangun disiplin nasional sebagai modal dasar melaksanakan pembangunan di segala bidang kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

Sebelum menjadi sebuah partai politik, Nasdem berdiri sebagai organisasi Nasional Demokrat. Nasional Demokrat adalah gerakan perubahan yang berikhtiar menggalang seluruh warga negara dari beragam lapisan dan golongan untuk merestorasi Indonesia.

Nasional Demokrat tidak hanya bertumpu dan berpusat di Jakarta, melainkan gerakan perubahan yang titik titik sumbunya terpancar di seluruh penjuru Indonesia. Kegiatan Nasional Demokrat lebih terkonsistensi pada program-program sosial kemasyarakatan, tidak terlibat dalam persoalan politik praktis. Hal ini terlihat ormas memiliki BRND (Badan *Rescue* Nasional Demokrat) yang menjadi ujung tombak kegiatan pemberdayaan sosial masyarakat.

Meski platform dan visi-misi yang relatif sama, keduanya berjalan dalam koridor hukum yang berbeda, serta dalam strategi yang berbeda pula. Nasional Demokrat berada di jalur non politik, sedangkan partai Nasdem berada di rel politik. meski platform dan visi-misi yang relatif sama, keduanya menjalin kerja sama erat dan saling memanfaatkan.

Para kader dan fungsionaris partai Nasdem wajib menjadi anggota ormas untuk kepentingan konsolidasi, sebaliknya kader Nasional Demokrat tidak wajib menjadi anggota partai Nasdem. Namun sebagai gerakan moral dan kebudayaan, ormas bisa memanfaatkan Partai Nasdem sebagai pijakan agar gerakan restorasi Indonesia benar-benar terwujud.

4.4. MAKNA LOGO PARTAI NASDEM

Gambar 4.1 Logo Partai Nasdem



Tafsir Lambang :

Lambang Partai Nasdem adalah rotasi (lingkaran) warna biru yang dibalut dengan warna jingga bergesur memeluk rotasi. Lambang tersebut adalah simbol gerakan perubahan. Rotasi tersebut juga dimaknai menjadi sebuah semangat dan harapan baru, keterbukaan dan ketegasan yang memiliki tujuan nyata. Gestur jingga memeluk melambangkan kebersamaan dan keutuhan dalam semangat pembaruan yang siap menampung aspirasi serta tuntutan perubahan jaman.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Strategi politik adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari keberlangsungan jalannya suatu partai politik. Strategi politik adalah cara atau taktik suatu partai politik agar dapat memenangkan pemilihan umum (pemilu).

Beberapa strategi politik yang digunakan oleh Partai nasional Demokrat dalam meningkatkan elektabilitas pada pemilu 2019 hingga berhasil meraih posisi ke lima secara nasional atau meningkat 2,33% perolehan suaranya adalah :

1. *Segmentasi*
2. *Positioning*
3. *Targeting*

Sementara beberapa faktor-faktor yang digunakan oleh Partai nasional Demokrat dalam meningkatkan elektabilitas pada pemilu 2019 yaitu :

1. Faktor media massa yang menjadi kekuatan bagi partai Nasional Demokrat sebagai sarana mengkampanyekan gagasan.
2. Faktor gagasan politik partai Nasional demokrat yaitu dengan mengusung gagasan politik *Restorasi* memiliki arti perjuangan Partai Nasdem dalam memperbaiki, mengembalikan, memulihkan dan mencerahkan pemerintahan di Indonesia dan masih dianggap efektif guna menarik para calon pemilihnya dan politik anti mahar untuk menarik calon pemilihnya.

Selain itu pula dalam teori *positioning* bahwa keberhasilan strategi suatu partai politik dapat ditentukan oleh *policy* dan *person*. Salah satu dari strategi dan faktor naiknya elektabilitas partai Nasional Demokrat dalam pemilu 2019 juga dikarenakan adanya peran dari Surya Paloh yang juga merupakan ketua umum dari Partai Nasional Demokrat dan juga pimpinan Media Grup yang memiliki

salah satu stasiun TV Nasional yaitu Metro TV dan surat kabar harian (koran) di Lampung yaitu Lampung Post sehingga melalui perantara tersebut masyarakat dapat lebih cepat mengenal gagasan dan calon anggota legislatif dari Partai Nasional Demokrat tersebut.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang penulis buat maka penulis mencoba memberikan saran sebagai berikut :

1. Kurang optimalnya partai Nasional Demokrat dalam mengkampanyekan gagasan-gagasan politiknya. Gagasan-gagasan politik tersebut hanya dipahami oleh masyarakat kota sementara masyarakat kalangan pedesaan kurang mengerti apa maksud dari gagasan politik *restorasi* dan politik anti mahar. Seharusnya partai Nasional Demokrat harus lebih efektif dalam mengkampanyekan gagasan-gagasan politik tersebut sehingga bukan hanya masyarakat di perkotaan saja yang memahaminya tetapi juga masyarakat pedesaan hingga pelosok negeri sehingga, gagasan-gagasan tersebut dapat dipahami dan masyarakat dapat menilai serta memahami juga visi dan misi dari partai Nasional Demokrat.
2. Kurang efektifnya media masa yang digunakan sebagai alat untuk berkampanye dikarenakan sangat identiknya figur dari Surya Paloh sebagai pemilik Media Indonesia Grup dan juga pendiri dari Partai Nasional Demokrat. Sehingga, menggiring opini masyarakat bahwa pemberitaan yang disajikan terlihat sangat bermuatan politis yang kurang objektif dalam penyajiannya. Seharusnya Media Indonesia Grup tetap menjaga netralisasi dan objektivitas dalam setiap pemberitaan yang disajikannya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adman Nursal. 2004. *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Firmanzah. 2008. *Mengelola Partai Politik Komunikasi Dan Positioning Ideologi Politik Di Era Demokrasi*. Jakarta: yayasan obor Indonesia.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Galuh Kartiko. Sistem Pemilu Dalam Perspektif Demokrasi Di Indonesia. *Jurnal Konstitusi* Volume 2 No 1 juni 2009, hal 38
- Gun Gun Heryanto dan Shulhan Rumar. 2013. *komunikasi politik “sebuah pengantar”*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hafied Cangara, komunikasi politik . 2009. *Konsep, Teori, dan Strategis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Heryanto, Gun Gun. 2010. *Komunikasi Politik Di Era Industri Citra*. Jakarta: PT. lasswell Visitama.
- Hisyam, Usamah, *Surya Paloh-Matahari Restorasi Sang Ideolog*, Jakarta, PT.Dharmapena Citra Media, 2014
- Mankiw, N. Gregory (2003). *Teori Makroekonomi Edisi Kelima Terjemahan*. Jakarta:Erlangga.
- Maurice Duverger. 2003. *Sosisologi Politik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Miriam Budiardjo. 2008. *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja
- Paloh, Surya, *buku putih restorasi indonesia, gerakan perubahan menujuindonesia baru*, Jakarta, 2010

- Peter Schhorder. 2013. *Strategi Politik (terj.)*. Jakarta: friedrich-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit.
- Rahman. 2007. *Sistem Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ramlan Surbakti.1992. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Ramlan Surbakti. 2010. *Memahami Ilmu Politik* Jakarta: Grasindo.
- Save Dagun. 1997. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: LPK.
- Tresiana, Novita. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandar Lampung: Lembaga Penelitian Universitas Lampung.

SUMBER LAIN

- Partai Nasdem. 2014. *Buku Saku Kader Inti O250 Partai Nasdem Anda Bertanya Nasdem Menjawab*
- UU.RI.Nomor 31 Tahun 2002), Pemilihan Umum, Jakarta. 2003.
- www.kpu.go.id
- <http://profil.merdeka.com/indonesia/p/partai-Nasdem/>, diakses 30 Desember 2019, pukul 17.15
- <https://nasional.kompas.com/read/2018/02/18/20502821/profil-partai-Nasdem-parpol-peserta-pemilu-2019> Diakses 30 Desember 2019, pukul 17.25
- <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20191021075434-32-441381/daftar-lengkap-menteri-kabinet-indonesia-maju-jokowi>. Diakses 30 Desember 2019 Pukul 18. 31
- <http://sospol.pendidikanriau.com/2019/12/definisi-pemilihan-umum-secara.html>, diakses pada tanggal 2 Januari 2020, pukul 15.05