

## STRATEGI PEMENANGAN CALON LEGISLATIF PARTAI NASIONAL DEMOKRAT PERIODE 2014-2019 DI KABUPATEN PULAU MOROTAI

*Arifman Ngato<sup>1</sup>*  
*Agustinus Pati<sup>2</sup>*  
*Maxi Egeten<sup>3</sup>*

### Abstrak

Strategi kemenangan yang direncanakan oleh kandidat calon legislatif pada pemilihan umum legislatif di Kabupaten Pulau Morotai merupakan cara atau taktik yang telah dipikirkan jauh-jauh hari sebelum pemilu itu dilaksanakan, namun strategi itu tidak terlepas dari kontribusi strategi partai politik yang diusungnya dalam mencapai suatu tujuan. Ada beberapa strategi-strategi secara garis besar yang dijalankan NasDem dan menjadi fenomena besar kemenangan Partai NasDem dalam pemilu legislatif 2014-2019 di Kabupaten Pulau Morotai yakni penguatan di beberapa sektor yang mendukung, seperti citra partai yang sudah ada, birokrasi yang ada di pemerintahan, figur pimpinan partai melalui Surya Paloh. Adapun strategi lain yang dilakukan seperti dalam berkomunikasi yang baik dengan masyarakat, memilih sosok figur yang baik dan memiliki rekam jejak yang baik, sosialisasi, mengadakan kegiatan-kegiatan (*event*) di masyarakat, dan kampanye yang dilakukan baik secara terbuka maupun tertutup. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci yang lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Partai NasDem Kabupaten Pulau Morotai adalah dengan melakukan strategi komunikasi untuk mendekati atau mengenalkan caleg maupun partai kepada masyarakat baik langsung maupun melalui media elektronik. Memilih sosok figur yang baik untuk bisa cepat dikenal oleh masyarakat dalam hal memperoleh basis massa seperti halnya Surya Paloh yang banyak masyarakat kagum dengan peribadinya yang terus berjuang untuk kepentingan rakyat Indonesia. Sosialisasi dengan melakukan penguatan jati diri terhadap masyarakat serta menyampaikan visi dan misi serta program Partai NasDem ; Mengadakan kegiatan-kegiatan di masyarakat dengan menyampaikan program, kampanye atau sosialisai ke masyarakat . Melakukan kampanye tertutup atau kampanye langsung dan kampanye terbuka atau kampanye tidak langsung; partai yang besar, kuat, baik, membela rakyat, dan memiliki komitmen terhadap nasib rakyat kecil, peka terhadap persoalan yang di hadapi masyarakat.

**Kata Kunci : Strategi Kemenangan, Calon Legislatif, Partai NasDem**

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan FISIP-Unsrat.

<sup>2</sup> Ketua Penguji/Dosen Pembimbing Skripsi.

<sup>3</sup> Sekretaris Penguji/Dosen Pembimbing Skripsi.

## Pendahuluan

Strategi politik yang dilakukan oleh kandidat calon legislatif terhadap masyarakat sangat diperlukan dalam menghadapi pemilihan umum. Keberhasilan suatu strategi politik oleh kandidat calon legislatif dalam merencanakan dan melaksanakan suatu taktik strategi, akan ikut berperan pada hasil perolehan suara kandidat calon legislatif dalam pemilu. Strategi tidak hanya menentukan kemenangan politik saja, tetapi juga akan berpengaruh terhadap perolehan suara kandidat pada pemilu legislatif. Strategi yang jelas dan diatur sebagaimana rupa agar supaya menghasilkan perencanaan taktis yang lebih mudah dan cepat. Strategi pada hakikatnya perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk suatu tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendi,2007:32).

Dalam pemilihan umum legislatif masyarakat mempunyai pilihan yang berbeda-beda namun masyarakat dituntut untuk memilih wakilnya yang berkualitas. Kualitas wakil rakyat itu dapat di ukur dari dua instrumen yaitu dari pendidikan dan kompetensi. Namun sebagai pejabat politik, wakil rakyat yang terpilih harus di terima secara umum sehingga dapat dukungan yang luas, baik dukungan secara horizontal maupun dukungan vertikal dari elit politik yang ada di tingkat pemerintah pusat sampai ke daerah.

Strategi pemenangan yang direncanakan oleh kandidat calon legislatif pada pemilihan umum legislatif di Kabupaten Pulau Morotai merupakan cara atau taktik yang telah

dipikirkan jauh-jauh hari sebelum pemilu itu dilaksanakan, namun strategi itu tidak terlepas dari kontribusi strategi partai politik yang diusungnya dalam mencapai suatu tujuan , akan tetapi yang ikut didalam kompetisi secara umum adalah partai politik, tetapi peneliti tidak mengarah pada strategi yang digunakan partai politik secara umum melainkan terfokus pada seorang figur calon legislatif pada partai politik terlebih khususnya partai Nasional Demokrat (NasDem), pemilihan umum legislatif bagi calon kandidat partai Nasional Demokrat ( NasDem ) bukanlah hal yang gampang dan mudah bagi kandidat tersebut, dalam menghadapi pemilihan umum sehingga sangat diperlukan suatu taktik yang akan digunakan oleh kandidat calon legislatif pada pemilihan umum di Kabupaten Pulau Morotai dengan mengerakan semua potensi dan semua aspek yang terkait didalamnya untuk menunjang keberhasilan dari caleg yang diusungnya.

Kabupaten Pulau Morotai terbentuk sesuai undang-undang nomor 53 Tahun 2008 tentang pembentukan kabupaten baru, terbentuknya kabupaten Pulau Morotai dengan ibu kota kabupaten Pulau Morotai terletak di Kecamatan Daruba sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku, berdasarkan undang-undang nomor 53 Tahun 2008 tanggal 26 November 2008, Kabupaten Pulau Morotai di tetapkan sebagai daerah otonomi yang baru.

Partai NasDem di Kaupaten Pulau Morotai dimata masyarakat adalah partai yang masih baru dibandingkan dengan partai-partai lain seperti Partai PDI Perjuangan dan Golkar yang tidak asing lagi dimata

masyarakat hal ini karena partai yang sudah cukup lama berdiri di Indonesia sehingga mudah sekali dikenal oleh masyarakat apa lagi dikuatkan dengan tokoh-tokoh partai, berbeda dengan partai NasDem sehingga hal ini sangat membutuhkan strategi yang kuat sebagai kader partai untuk mengenalkan partai NasDem di mata masyarakat Kabupaten Pulau Morotai

Dalam membangun strategi partai NasDem di Kabupaten Pulau Morotai yang digunakan oleh seorang kandidat partai NasDem di Kabupaten Pulau Morotai menjadi perhatian partai dimana melakukan pertimbangan terhadap kandidat-kandidat yang ikut serta dalam pemilu legislatif.

Ada beberapa strategi-strategi secara garis besar yang dijalankan NasDem dan menjadi fenomena besar kemenangan Partai NasDem dalam pemilu legislatif 2014- 2019 di Kabupaten Pulau Morotai yakni penguatan di beberapa sektor yang mendukung, seperti citra partai yang sudah ada, birokrasi yang ada di pemerintahan, figur pimpinan partai melalui Suryah Paloh. Adapun strategi lain yang dilakukan seperti dalam berkomunikasi yang baik dengan masyarakat, memilih sosok figur yang baik dan memiliki rekam jejak yang baik, sosialisasi, mengadakan kegiatan-kegiatan (*event*) di masyarakat, dan kampanye yang dilakukan baik secara terbuka maupun tertutup. Hal ini dilakukan hanya untuk merebut hati rakyat.

Dalam usia partai NasDem yang masih baru di Kabupaten Pulau Morotai ternyata partai NasDem telah menunjukkan suatu kemenangan yang menyita semua perhatian masyarakat di Kabupaten Pulau Morotai pada

pemilu legislatif masa bakti 2014-2019 dimana partai NasDem berhasil mengantongi suara terbanyak pemilu DPRD Kabupaten Pulau Morotai. Partai NasDem yang menghantarkan tiga perwakilan di DPRD dari masing-masing daerah pemilihan (Dapil) ini, mengoleksi suara sebanyak 4.694 dan berhak menempati posisi Ketua DPRD Kabupaten Pulau Morotai. (Kabar Malut.co.id, Senin 6 Mei 2019)

Dalam melaksanakan atau mengimplementasikan strategi ditengah masyarakat yang budaya politiknya selalu berubah-ubah disetiap situasi dan kondisi pemilihan umum baik pilkada maupun pileg, dengan fenomena ini maka seorang kandidat partai Nasional Demokrat (NasDem) berhasil menerapkan taktik strateginya dengan mempelajari strategi yang lazim digunakan para calon legislatif yang gagal bertarung dipemilihan umum legislatif sebelumnya, maka kemenangan pun bisa dicapai dalam pemilihan umum legislatif periode 2014-2019 di Kabupaten Pulau Morotai. Di dalam kurun waktu periode 2014-2019 Kabupaten Pulau Morotai menggelar atau melaksanakan pesta Demokrasi yaitu pemilihan umum legislatif, dalam pemilihan tersebut ada beberapa partai-partai besar yang ikut serta dalam pesta demokrasi pemilihan umum legislatif dan begitu banyak kandidat-kandidat yang ikut serta bertarung dengan partai-partai yang lain.

Dalam meraih suatu kemenangan partai NasDem Kabupaten Pulau Morotai tidak terlepas dari fenomena masalah yang dihadapi partai yang bisa berimplikasi pada perolehan suara. Permasalahan yang dihadapi oleh DPD Partai NasDem Kabupaten Pulau

Morotai ialah minimnya ketokohan di tingkat pengurus, belum solid di tingkat elit pengurus, sistem kaderisasi yang belum berjalan dan organisasi sayap partai yang belum maksimal bekerja hal ini dikarenakan parta NasDem juga yang masih baru seiring dengan dimekarnya Kabupaten Pulau Morotai yang belum terlalu lama dibandingkan dengan daerah lain.

Sehingga ini membutuhkan perhatian khusus bagi partai NasDem untuk menentukan strategi yang matang, begitu juga dengan caleg tersebut membutuhkan proses dan perjuangan untuk merebut hati rakyat yang masih kurang yakin sehingga caleg tersebut sering melakukan kunjungan-kunjungan ke masyarakat dalam berbagai kegiatan-kegiatan yang dihadapinya untuk memperkenalkan diri dan program-programnya secara langsung kepada masyarakat terutama pada dapil-dapil yang memang menjadi sasaran utama untuk memperoleh masa yang banyak. Fenomena permasalahan dihadapi partai NasDem juga dilihat dari faktor usia caleg seperti contohnya caleg yang diusung partai NasDem adalah caleg Deni Garuda dengan usia yang masih sangat mudah yakni 23 tahun saat mencalonkan diri sehingga hal ini setiap caleg harus melakukan kunjungan ke dapil untuk terlibat dalam berbagai kegiatan yang ada di masyarakat baik di tingkat Desa sampai RT-RW.

Dalam tiap kandidat-kandidat yang ikut bertarung dalam pemilihan legislatif mempunyai basis massa yang banyak, namun semua itu tidak terlepas dari strategi yang diterapkan oleh masing-masing calon, tetapi setelah berakhirnya pemilihan umum legislatif

dan penghitungan suara pun dimulai diberbagai TPS.

Dalam melihat hasil suara maka kemenangan pun diraih oleh seorang figur muda yang bernama Deni Garuda yang diusung oleh partai Nasional Demokrat (NasDem) pada pemilihan umum legislatif periode 2014-2019 dengan hasil suara yang sangat signifikan sehingga kandidat muda partai Nasdem tersebut dapat terpilih menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Pulau Morotai periode 2014 – 2019 dengan usia yang sangat mudah yaitu 23 Tahun.

Tentu saja dari kemenangan yang diraih oleh kandidat partai NasDem sangat ditentukan oleh strategi politik yang diterapkan dan keberhasilan implementasi strategi tersebut. Sehingga, pada pemilihan umum legislatif periode 2014-2019 kandidat partai Nasional Demokrat (NasDem) yang terpilih dengan usia yang sangat mudah yaitu 23 tahun mampu mengangkat namanya dan menjadikan dia anggota Dewan termuda yang pernah tercatat dalam sejarah pemilihan umum legislatif se Propinsi Maluku Utara. Berdasarkan latar belakang pemikiran-pemikiran tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai: “Strategi Pemenangan Calon Legislatif Partai Nasional Demokrat Periode 2014 – 2019 Di Kabupaten Pulau Morotai”.

## Tinjauan Pustaka

Selanjutnya menurut Rangkuit, (2009: 3) Strategi adalah “alat untuk mencapai tujuan” Jadi strategi merupakan alat untuk menentukan suatu perencanaan dalam pencapaian tujuan.

Dalam abad modern sekarang ini penggunaan kata strategi tidak lagi terbatas pada konsep atau seni seorang panglima dalam peperangan, tetapi sudah digunakan secara luas, termasuk dalam ilmu ekonomi maupun bidang olahraga. Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan (Sumarsono, dkk, 2006:139). Sedangkan menurut Mintzberg menjelaskan bahwa strategi adalah sebuah rencana atau semacam arah rangkaian tindakan tertentu di dalam suatu organisasi. Strategi dibagi menjadi dua yaitu strategi sebagai rencana dan strategi sebagai taktik.

Strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah rencana untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang ditentukan, sama halnya dengan konsep strategi perencanaan. Sedangkan pengertian strategi sebagai taktik merupakan sebuah manover spesifik untuk mengelabui atau mengecoh kompetitor (Winardi, 2003: 12).

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam pengembangannya konsep mengenai strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang mempunyai pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi.

Menurut Tjiptono (2006:3) istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi politik adalah

konsep permanen yang harus dilakukan terus menerus oleh partai politik atau kandidat dalam membangun kepercayaan dan *image public*. Membangun kepercayaan dan *image publik* ini hanya bisa dilakukan melalui hubungan jangka panjang tidak hanya pada masa kampanye saja. (Firmanzah 2008:156)

## Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif, yaitu suatu penelitian kontekstual yang menjadikan manusia sebagai instrumen dan disesuaikan dengan situasi yang wajar dalam kaitannya dengan pengumpulan data yang pada umumnya bersifat kualitatif. Pendekatan kualitatif dicirikan oleh tujuan penelitian yang berupaya memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa yang tidak memerlukan kuantifikasi, karena gejala tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat.

## Hasil Penelitian

Pada umumnya dalam pelaksanaan Pemilu Legislatif strategi partai politik sangat diperlukan hal ini adalah untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditetapkan partai politik sebelumnya. Tidak ada satu pun partai politik yang ingin kalah dalam ajang politik pastinya ingin memenangkan pertandingan politik tersebut, berarti hal ini sangatlah memerlukan suatu strategi politik yang matang dan tepat untuk memenangkan suatu pertandingan.

Menurut Rangkuit, (2009: 3) Strategi adalah "alat untuk mencapai tujuan" berdasarkan teori tersebut maka peneliti menggunakan teori ini sebagai landasan teori dalam mengkaji mengenai strategi pemenangan calon

legislatif partai NasDem di Kabupaten Pulau Morotai dari analisa data maka dapat diketahui strategi-strategi politik sebagai alat yang digunakan NasDem untuk memenangkan pemilu Legislatif di Kabupaten Pulau Morotai periode 2014 -2019.

Menurut Arnold Steinberg, strategi adalah rencana untuk tindakan. Penyusunan dan pelaksanaan strategi mempengaruhi sukses atau gagalnya strategi pada akhirnya (Pito, 2005: 621).

Dalam menjalankan strategi pada umumnya semua partai hampir sama baik dalam kegiatan kampanye, sosialisasi program dan masih banyak strategi yang dilakukan hal ini dengan tujuan untuk meraih suara sebanyak mungkin. Tetapi ada juga strategi khusus yang dilakukan oleh masing-masing partai seperti taktik dalam teknis pelaksanaannya dilapangan dan dalam pelaksanaan strategi politik di Kabupaten Pulau Morotai maka partai NasDem juga menentukan strategi politiknya yang mapan dan tepat untuk memenangkan Pemilu lagistalif tahun 2019 di Kabupaten Pulau Morotai.

Strategi yang dilakukan Partai NasDem Kabupaten Pulau Morotai adalah dimulai dari pembentukan tim kerja atau tim pemenangan yang dibentuk disetiap desa sampai pada tingkat RT. Pemebentukan tim pemenangan ini bertujuan untuk merauk suara sebanyak-banyaknya dalam mencapai kemenangan di Pileg 2019.

Tim pemenangan ini dibentuk oleh caleg NasDem yangn disebut tim "Garuda", tim ini juga mempunyai taktik kerja dilapangan berbeda dari tim yang dibentuk oleh partai-partai lain yang juga ikut dalam pemilu lagislatif maka setelah dilihat dari hasil perhitungan suara kemenangan pun

diperoleh partai NasDem sangat baik bahkan memperleh suara terbanyak dari semua partai sehingga penulis menganalisis strategi atau taktik partai NasDem adalah sebagai berikut;

1. Merangkul pengusaha kopra sebagaimana fakta dilapangan bahwa fenomena turunya harga kopra berdampak pada masyarakat secara umum dan secarah khusus masyarakat petani kopra sebagi sumber penghasilannya. Secara umun di Kabupaten Pulau Morotai, masyarakat menyampaikan keluhan kepada pemerintah daerah terhadap persoalan harga kopra yang anjlok namun pemerintah daerah tidak menanggapi dengan serius sehingga harga kopra tetap pada posisi harga Rp. 4.000/kg yang terkesan jahu dari harapan masyarakat namun disatu sisi tahun politik semakin dekat yakni Pilpres dan Pileg. Dari hal ini maka partai NasDem di satu sisi melihat ini sebagai peluang untuk memajukan strategi politiknya yaitu mencari pengusaha-pengusaha kopra disetiap Desa atau Kecamatan untuk dapat menyalurkan strategi partai NasDem dalam merauk suara dengan cara menyodorkan dana pada pengusaha kopra dan menaikkan harga Kopra secara sepihak di dalam hal ini harga kopra yang dinaikan sepihak oleh satu pengusaha membuat masayrakat senang sehingga sebagian besar yang merupakan petani kopra menjual kopra mereka kepada pengusaha yang menaikkan harga

kopra tersebut, dari hal ini dilakukan maka disinilah letak transaksi politik dilakukan dimana pengusaha akan menjelaskan alasan mengapa menaikkan harga kopra dan siapa yang membantu menaikkan maka masyarakat pasti senang dengan cara seperti ini.

2. Melakukan kerja sama dengan pemerintah desa, tim pemenang melakukan kerja sama dalam hal program olahraga bola kaki, dimana tim pemenang yang menjadi panitia sepakbola. Mekanisme pertandingan yang digunakan yaitu pertandingan antar RT di setiap desa yang mempunyai jumlah penduduk yang banyak contohnya; Desa Sakita, Desa Bere-bere dan Desa Buho-buho di dalam pertandingan.
3. Merangkul tokoh pemuda bidang olahraga bola kaki yang ada di Kabupaten Pulau Morotai dimana olahraga bola kaki merupakan olahraga yang diminati dan sangat disukai sehingga partai NasDem dengan strategi sebagai donator dalam memberikan barang seperti; Kostum bola kaki, sepatu bola kaki, bola kaki perlengkapan lainnya.
4. Menyediakan transportasi berupa mobil pick up yang telah di tempel stiker partai NasDem dan foto Caleg. Mobil ini digunakan bagi masyarakat petani yang pergi ke kebun diantar dan pulang dijemput dan terlebih dipasar yang letaknya di Pusat Kota Kabupaten, dengan mobil ini banyak masyarakat

yang senang terlebih khusus para petani merasa terbantu. Dengan hal-hal ini maka terjadi kontrak politik dengan masyarakat.

strategi Partai NasDem yang sudah dilakukan seperti dari hasil wawancara oleh beberapa informan dalam hasil penelitian di antaranya; memilih sosok figur yang baik, sosialisasi, kegiatan yang terselenggara, dan kampanye.

Strategi politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan terus menerus oleh partai politik atau kandidat dalam membangun kepercayaan dan *image public*. Membangun kepercayaan dan *image publik* ini hanya bisa dilakukan melalui hubungan jangka panjang tidak hanya pada masa kampanye saja. (Firmanzah 2008:156).

Strategi politik yang dilakukan partai NasDem Kabupaten Pulau Morotai adalah untuk bagaimana membangun kepercayaan dan *image public* yang dilakukan oleh figur yang memiliki rekam jejak yang baik di masyarakat dengan terlibat aktif dalam kegiatan sosial. Strategi penting dilakukan untuk memenangkan perolehan suara partai politik ataupun kandidat yang diusungnya. Strategi juga digunakan Partai NasDem dengan tujuan memenangkan pemilu legislatif 2014 yang ada di Kabupaten Pulau Morotai. Karakteristik masyarakat Kabupaten Pulau Morotai yang merupakan basis massa seperti menemukan kembali kepercayaannya terhadap partai politik di dalam tubuh perjuangan Partai NasDem.

Strategi untuk memenangkan pemilu legislatif di Kabupaten Pulau Morotai yang digunakan oleh Partai NasDem lebih mengarah pada strategi

komunikasi dan pencitraan. Dengan penguatan di beberapa sektor, seperti lebih kuatnya citra Partai NasDem yang lebih dikenal oleh masyarakat karena sosok seorang Suryah Paloh selaku pimpinan partai, birokrasi yang ada di pemerintahan seperti halnya di Kabupaten Pulau Morotai, dalam artian ketika pemimpinya berasal dari Partai tertentu kecenderungan bawahannya akan mengikuti.

## 1. Strategi Komunikasi Partai NasDem

Menurut Onong Uchjana Effendi (2004: 5) dalam buku berjudul "Dinamika komunikasi" menyatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media.

Sedangkan menurut Anwar Arifin (1984: 10) dalam buku 'Strategi Komunikasi' menyatakan bahwa: sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.

Strategi komunikasi bertujuan menyampaikan program-program, ide-ide meliputi merawat ketokohan dan mementapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan (memahami

khalayak, Strategi komunikasi bertujuan menyampaikan program-program, ide-ide meliputi merawat ketokohan dan mementapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan (memahami khalayak, menyusun pesan persuasif, menetapkan metode, memilih dan memilih media), membangun konsensus (seni berkompromi, bersedia membuka diri). Artinya dengan ketokohan seorang politikus dan kemantapan lembaga politik dalam masyarakat, memiliki pengaruh tersendiri dalam berkomunikasi (Firmansah, 2007: 256).

Sedangkan menurut Nursal Adman (2004: 236) berpendapat secara umum ada tujuh alat komunikasi produk politik kepada pasar: "Pertama, *iklan* adalah cara mengkomunikasikan gagasan-gagasan dan produk-produk melalui media massa tertentu oleh kontestan tertentu dengan member bayaran kepada pihak media tersebut seperti iklan media elektronik, iklan layar lebar, brosur dan lain-lain; kedua, *direct marketing* atau pemasaran langsung adalah penggunaan surat, telepon dan alat-alat kontak nonpersonal lainnya untuk berkomunikasi atau meminta respon kepada orang yang dihubungi mengenai gagasan atau produk politik tertentu; ketiga, *special event* adalah *event* khusus yang diadakan untuk mengumpulkan para pemilih atau pihak-pihak tertentu sebagai ajang untuk menyampaikan gagasan atau produk politik; keempat, *personal kontak* atau kontak personal adalah interaksi tatap muka dengan orang-orang tertentu untuk menyampaikan gagasan atau produk politik seperti obrolan ramah-tamah, lobi politik, persentasi personal, pertemuan terbatas dan lain-lain; kelima, *public relation* adalah berbagai



program yang didesain untuk agar pasar (pemilih), media massa, dan influencer mempercayai peroduk politik sebuah kontestan dengan mengkomunikasikan informasi dan kesan yang kredibel; keenam, *merchandise* adalah barang pernak-pernik yang dapat dilataskan dengan pesan-pesan politik dan diberikan kepada pihak-pihak tertentu sebagai cinderamata seperti audio visual, kaset, baju kaos, topi, foto, pena, brosur, logo, dan sebagainya; ketujuh, pos politik adalah bangunan yang dapat dijadikan tempat pertemuan, baik pertemuan orang-orang di tingkat akar rumput maupun pertemuan antara orang-orang penting kontestan dengan orang di tingkat akar rumput.

Secara umum tujuan komunikasi dilakukan adalah langkah awal dimana untuk menjalin hubungan, dengan orang lain baik individu maupun kelompok hal yang serupa juga dengan Partai NasDem Kabupaten Pulau Morotai dengan melakukan strategi komunikasi maka dapat mendekatkan atau mengenalkan caleg maupun partai kepada masyarakat baik langsung maupun melalui media elektronik. Strategi komunikasi yang dilakukan merupakan pendekatan yang Partai NasDem dalam pemilu legislatif 2019 di Kabupaten Pulau Morotai meliputi beberapa metode strategi diantaranya; memilih sosok figur yang baik, sosialisasi, kegiatan yang terselenggara, dan kampanye.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan di bab-bab sebelumnya yaitu tentang strategi Partai NasDem untuk kemenangan pemilu legislatif 2014 di Kabupaten

Pulau Morotai, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut;

1. Partai NasDem Kabupaten Pulau Morotai dengan melakukan strategi komunikasi untuk mendekatkan atau mengenalkan caleg maupun partai kepada masyarakat baik langsung maupun melalui media elektronik. Strategi komunikasi yang dilakukan merupakan pendekatan yang Partai NasDem dalam pemilu legislatif 2014 di Kabupaten Pulau Morotai meliputi beberapa metode strategi diantaranya; memilih sosok figur yang baik, sosialisasi, kegiatan yang terselenggara, dan kampanye.
2. Memilih sosok figur yang baik untuk bisa cepat dikenal oleh masyarakat dalam hal memperoleh basis massa seperti halnya Surya Paloh yang banyak masyarakat kagum dengan peribadinya yang terus berjuang untuk kepentingan rakyat Indonesia.
3. Sosialisasi dengan melakukan penguatan jati diri terhadap masyarakat serta menyampaikan visi dan misi serta program Partai NasDem ;
4. Mengadakan kegiatan-kegiatan di masyarakat dengan menyampaikan program, kampanye atau sosialisai ke masyarakat
5. Melakukan kampanye tertutup atau kampanye langsung dan kampanye terbuka atau kampanye tidak langsung; partai yang besar, kuat, baik, membela rakyat, dan memiliki komitmen terhadap nasib rakyat

kecil, peka terhadap persoalan yang di hadapi masyarakat.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka ada beberapa saran yang diuraikan sebagai berikut;

1. Partai NasDem lebih lagi meningkatkan strategi-strategi baru yang lebih lagi mengarab massa yang banyak untuk kemenangan di pemilihan selanjutnya dengan memanfaatkan media elektronik dan media dengan baik.
2. Partai NasDem tidak bisa bergantung terus kepada figure Surya Paloh akan tetapi menciptakan figur baru di daerahnya masing-masing yang lebih dikenal rakyat di daerah pemilihannya dengan program yang dapat dipercaya.
3. Dalam sosialisasi Partai NasDem lebih lagi digerakan semua mesin-mesin partai NasDem untuk menyampaikan program-perogram partai dan melakukan pendekatan-pendekatan yang lebih rutin lagi sehingga kedepan mereka tetap memilih kembali lagi.
4. Partai tidak hanya mengadakan kegiatan-kegiatan hanya saat menjelang kampanye tetapi kegiatan tetap disuport setelah menang sehingga masih ada peluang di pemilihan selanjutnya
5. Melakukan kampanye yang tertutup lebih ditigkatkan lagi dengan cara mengadakan rapat-rapat sampai ke tingkat RT-RW sehingga lebih mengenali apa yang menjadi kebutuhan mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bisariyadi. 2012. *Komparasi Mekanisme Penyelesaian Sengketa Pemil di beberapa Negara Penganut Paham Demokrasi Konstitusional. Jurnal Konstitusi*. Volume 9. Nomor 3. September 2012.
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Freddy, Rangkuit. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrate Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arifin, A. 2004. *Pencitraan Dalam Politik*. Surabaya: SIC
- Gatara, Sadih. 2009. *Ilmu Politik (Memahami dan Menerapkan)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rahman, Arifin. 2001. *Sistm Politik Indonesia*. Surabaya: SIC
- Haris, Syamsudin. 2004 *Pemilu Langsung di Tengah Oligarki Partai*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ijwara, F. 2007. *Pengantar Ilmu Politik*. Bandung: Bina Cipta.
- Komariah, Aan. dan Satori Djam'an. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Miles, M.B. and A.M. Huberman. 2009. *Qualitative Data Analysis: Asourebook of New Methods*

- (2nd ed.). Newbury Park. CA: Sage.
- Mintzberg, H. 2007. *Mintzberg On Management* (2th Ed). NEW YORK: Free Press.
- Firmanzah. 2007. *Marketing Politik (antara pemahaman dan relistis)*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Nursal, Adman. 2004. *Politik marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosada Karya.
- Pito, TA. 2006. *Mengenai Teori-Teori Politik*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Porter, E. Michael. 2008. *Strategi Bersaing (Competitive strategy)*. Tangerang: Karisma publishing group.
- Prihatmoko, Joko dan Moesafa. 2008. *Menang Pemilu di Tengah Oligarki Partai*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schroder, Peter. 2009. *Strategi Politik*. Indonesia. Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung fur die Freiheit.
- Setiawan, Ebta. 2012-2019. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Kemdikbud (Pusat Bahasa).
- Soemantri, Sri. *Tentang Lembaga-Lembaga Negara Menurut UUD 1945*. Bandung: Alumni.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Winardi. 2009. *Politik Uang dalam Pemilihan Umum*. *Jurnal Konstitusi*. Vol. II. No. 1 Juni 2009. hlm. 37-51.
- Sumarsono, S. Dkk. 2006. *Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sumber Lain:**
- UUD Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945
  - Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Partai Politik.
  - Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum (Pemilu).  
<http://kbbi.web.id/sosialisasi> di akses pada tanggal 20 Agustus 2019 pukul : 13.00