

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI NASDEM
TAPANULI TENGAH DALAM MENGHADAPI
PEMILU TAHUN 2024**

SKRIPSI

Oleh:

HASIM RAHMAN PASARIBU
NPM. 1903110306

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2023

PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:

Nama : Hasim Rahman Pasaribu

NPM : 1903110306

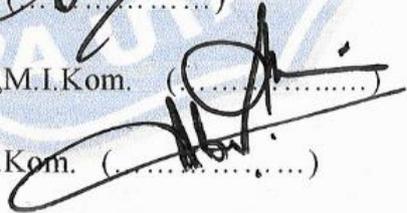
Program Studi : Ilmu Komunikasi

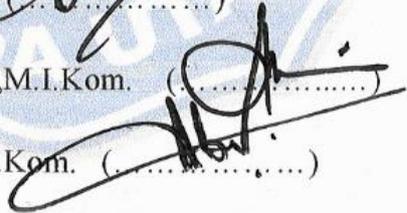
Pada Hari, tanggal : Kamis 21 September 2023

Waktu : Pukul 08.00 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Drs. Zulfahmi, M.I.Kom. 

PENGUJI II : Faizal Hamzah Lubis S,Sos.,M.I.Kom. 

PENGUJI III : Dr.Abrar Adhani, S,Sos.,M.I.Kom. 

PANITIA PENGUJI

Ketua


Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.



Sekretaris


Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom.

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

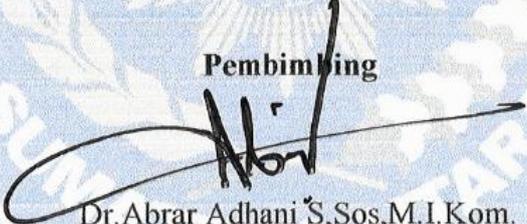
Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh

Nama : Hasim Rahman Pasaribu
NPM : 1903110306
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Politik Partai Nasdem Tapanuli Tengah Dalam
: Menghadapi Pemilu Tahun 2024

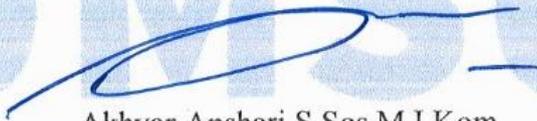
Medan 02 Oktober 2023

Pembimbing


Dr. Abrar Adhani S.Sos,M.I.Kom.
NIDN: 0111117804

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi


Akhyar Anshori,S.Sos,M.I.Kom.
NIDN: 0127048401

Dipin




Dr. Khrisna Saleh,Sos,MSP.
NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, Hasim Rahman Pasaribu, NPM 1903110306, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 02 Oktober 2023


FF4AKX639477021
Hasim Rahman Pasaribu

Strategi Komunikasi Politik Partai Nasdem Tapanuli Tengah Dalam Menghadapi Pemilu Tahun 2024

Hasim Rahman Pasaribu

NPM. 1903110306

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah banyak partai politik di negeri ini, melakukan komunikasi yang tidak baik dan benar serta tidak efisien. Banyak partai politik memainkan cara pintas dalam melakukan komunikasi politik. Banyak diantara cara yang dipilih adalah politik pragmantis, yaitu cara-cara yang dianggap cepat seperti uang, sembako, dll., yang dijalankan saat kampanye menjelang pemilihan, atau juga komunikasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi politik Partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi pemilu Tahun 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian ini menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata penulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Berdasarkan hasil penelitian bahwa strategi komunikasi Partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi Pemilu tahun 2024 dengan pendekatan terhadap masyarakat yang menggunakan model pendekatan secara kultural atau sosial budaya, proses persuasi yang dilakukan harus berdasarkan bahwa pesan-pesan komunikasi dapat digunakan untuk mempengaruhi seseorang.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, Partai Nasdem, Pemilu.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah *rabbil'alamin*, Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua terutama kepada penulis, dan sholawat beriring salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Politik Partai Nasdem Tapanuli Tengah Dalam Menghadapi Pemilu Tahun 2024”. Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir bagi mahasiswa untuk memenuhi persyaratan dalam rangka penyelesaian program jenjang Stara 1 sekaligus salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Ayahanda tercinta Hasdar Ependi dan Ibunda tersayang Hamidah Tanjung dengan kebesaran hati dan ketulusan hati yang telah memberikan doa, dukungan moril dan materi. Serta ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh keluarga atas pengertian, dan dukungannya, kiranya Allah SWT membalas dengan segala berkahnya.

Proses menyusun dan penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini, untuk itu penulis berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Dosen Pembimbing yang dengan sabar mulai dari penyusunan proposal hingga menjadi sebuah skripsi memberikan arahan dan masukan kepada penulis.

4. Ibu Dra. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Kepada seluruh rekan-rekan yang turut memberikan motivasi dalam menyelesaikan
8. skripsi ini.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati pembaca. Kritik dan saran yang sangat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 01 September 2023

Penyusu

Hasim Rahman Pasaribu
NPM. 1903110306

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pembatasan Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Sitematika Penulisan	5
BAB II : URAIAN TEORITIS.....	7
2.1. Strategi Komunikasi Politik	7
2.2. Menyusun Strategi Komunikasi Politik.....	9
2.3. Tujuan Komunikasi Politik.....	12
2.4. Modal Politik	16
2.5. Partai Nasdem.....	20
BAB III : METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Jenis Penelitian	22
3.2. Kerangka Konsep	22
3.3. Defenisi Konsep	23
3.4. Kategorisasi Penelitian	24
3.5. Narasumber.....	25
3.6. Teknik Pengumpulan Data	27
3.7. Teknik Analisa Data	28
3.8. Waktu Dan Lokasi Penelitian	28
3.9. Deskripsi Ringkasan Objek	29
3.10. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	30

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Profil Partai Nasdem Tapanuli Tengah	32
4.2. Strategi Komunikasi Politik Partai Nasdem Tapanuli Tengah Dalam Menghadapi Pemilu Tahun 2024	34
4.3. Pembahasan	61
BAB V :PENUTUP	65
5.1. Simpulan.....	65
5.2. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	70
DOKUMENTASI PENELITIAN	71
DAFTAR WAWANCARA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kategorisasi Penelitian.....	25
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Kerangka Konsep	23
Gambar 4.1. Struktur Organisasi DPD Nasdem Tapanuli Tengah	34

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sistem negara yang menganut demokrasi salah cirinya adalah semua warganya itu memiliki hak setara dalam pengambilan keputusan yang akan mengubah hidup mereka. Negara yang menerapkan sistem demokrasi didalamnya mengizinkan warga negara baik secara langsung atau melalui perwakilan dalam perumusan, pengembangan, dan pembuatan hukum (Clymer, 2012).

Indonesia sendiri dewasa ini termasuk dalam 167 negara di dunia yang menganut sistem demokrasi yaitu demokrasi pancasila. Sebagaimana tercermin dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 yang termuat falsafah dasar Bangsa Indonesia dengan sistem pemerintahan demokrasi yang menjadi salah satu ciri-cirinya yakni, melibatkan masyarakat dalam kegiatan pemerintahan.

Lahirnya reformasi merupakan salah satu tanda bahwa Indonesia menjadi negara yang menghormati hak warganya terutama dalam hal menentukan pemimpin. Sistem sentralistik yang diterapkan di Indonesia pada orde baru kemudian berubah dengan lahirnya reformasi menjadi desentralistik. Sistem desentralistik yakni pemerintah pusat memberikan wewenang kepada daerahnya masing-masing untuk memilih kepala dan wakil kepala daerahnya (Pito, 2014). Lebih dari itu sistem pemerintahan desentralistik ini memberikan ruang demokrasi politik lokal menjadi lebih terbuka dan bebas dalam menentukan pembangunan di daerah masing-masing (Pito, 2014). Oleh sebab itu, masing-masing parpol melakukan komunikasi baik intern partai maupun dengan eksternal partai.

Komunikasi merupakan hal yang fundamental dalam kehidupan manusia. Hal ini berdasarkan kodrat manusia sebagai makhluk sosial yang memerlukan sesamanya. Interaksi atau komunikasi antar individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok akan selalu dilakukan setiap hari. Seperti rantai manusia satu dengan yang lainnya terhubung melalui rantai yang dinamakan komunikasi (Arifin, 2016). Hal ini juga terjadi pada urusan kekuasaan dan pekerjaan penting, kelihatannya perbedaan latar belakang suku dan budaya menjadi alasan untuk terjadinya pemisahan-pemisahan dalam batas-batas tertentu (Anshori, 2021).

Melalui komunikasi suatu informasi, akan banyak diketahui, dan individu yang menguasai informasi maka ia menguasai dunia (Arifin, 2016). Demikian juga partai politik, dimana partai politik juga memiliki suatu fungsi yang sama dalam melakukan komunikasi. Menurut Leo Agustino Dalam Heryanto (2015) “Setiap partai memiliki fungsi komunikasi politik, melalui komunikasi yang terjalin diharapkan partai mampu menjangkau semua simpatisan atau yang masih belum mengetahui politik agar tidak hanyut dalam gelombang apatis politik yang semakin besar”. Misalnya saja strategi yang dilakukan para pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota melalui saluran kampanye antara lain berupa media cetak, media elektronik, media luar ruang, dan media format kecil melalui iklan politik dengan mempromosikan kampanye mereka tersebut melalui iklan politik yang hadir di media massa, karena sifatnya dapat menjangkau masyarakat luas secara efektif dan efisien (Lubis, 2017).

Pada umumnya ketika menggunakan media-media tersebut manusia menggunakan durasi yang beragam dalam mencari informasi. Durasi menggunakan media tergantung sesuai kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Secara keseluruhan, tidak akan berlama-lama dalam mencari informasi, ketika sudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan atau diperlukan (Hidayat, 2021).

Akan tetapi, yang terjadi sebaliknya banyak partai politik di negeri ini, melakukan komunikasi yang tidak baik dan benar serta tidak efisien. Banyak partai politik memainkan cara pintas dalam melakukan komunikasi politik. Banyak diantara cara yang dipilih adalah politik pragmantis, yaitu cara-cara yang dianggap cepat seperti uang, sembako, dll., yang dijalankan saat kampanye menjelang pemilihan, atau juga komunikasi (Heryanto, 2015).

Akan tetapi partai Nasdem melihat bahwa cara-cara seperti ini tidak lagi strategi komunikasi yang baik, walaupun kegiatan sosial harus tetap dilaksanakan guna memperkenalkan kandidat anggota legeslatif yang akan menjadi calon anggota DPRD maupun DPR RI. Guna mempertahankan anggota legeslatif, partai Nasdem yang terpilih atau duduk pada kursi DPRD Tapanuli Tengah pada pemilihan anggota legeslatif pemilu 2019 menjadi barometer dalam menghadapi pemilu tahun 2024.

Upaya untuk meningkatkan kursi anggota DPRD dari partai Nasdem di Tapanuli Tengah, partai Nasdem mendorong untuk membangun strategi komunikasi politik dengan masyarakat dengan cara-cara yang baik dan positif. Hal ini ditegaskan ketua DPD partai Nasdem Tapanuli Tengah Bakhtiar Ahmad Sibarani dalam rapat anggota dan pengurus DPD dan DPC Nasdem Tapanuli

Tengah pada tanggal 21 September 2022 di kantor DPD Nasdem Tapanuli Tengah “Bahwa partai Nasdem menolak *money politik* dan berupaya membangun partai melalui strategi dan komunikasi yang baik dan benar”.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka peneliti mengemas penelitian ini agar dapat terarah dan fokus. Adapun judul penelitian ini adalah “**Strategi Komunikasi Politik Partai Nasdem Tapanuli Tengah Dalam Menghadapi Pemilu Tahun 2024**”.

1.2. Pembatasan Masalah

Guna menghindari pembahasan yang terlalu luas namun tidak terarah, maka hemat peneliti perlu membatasi permasalahan pada penelitian ini agar fokus dan hasil penelitian lebih mendalam. Penelitian ini peneliti batasi pada persoalan strategi komunikasi politik partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi pemilu tahun 2024 khususnya pada pemilihan calon legeslatif.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan pembatasan masalah tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi politik partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi pemilihan umum tahun 2024?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi politik partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi pemilihan umum tahun 2024.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat baik secara akademis, teoritis, maupun praktis. Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat akademis, penelitian ini bahwa hasil penelitian yang peneliti lakukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana ilmu komunikasi dengan konsentrasi hubungan masyarakat.
2. Manfaat teoritis, penelitian ini adalah hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan kajian dalam penelitian mengenai strategi komunikasi politik partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi pemilihan calon anggota legeslatif pada pemilihan umum tahun 2024.
3. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan berguna bagi simpatisan dan anggota partai Nasdem dalam mengetahui strategi politik yang dilakukan partai Nasdem dalam menghadapi pemilu tahun 2024. Manfaat lainnya penelitian ini dapat menjadi acuan calon anggota legeslatif dari partai Nasdem yang akan mencalonkan diri sebagai anggota legeslatif pada pemilu tahun 2024. Selain itu penelitian ini juga berguna bagi peneliti dalam menentukan calon dan pilihan pada pemilu tahun 2024 yang akan datang.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan penelitian ini sebagaimana yang tertuang dalam buku pedoman penulisan skripsi yang terdiri dari lima bab, diantaranya adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II DASAR TEORI

Pada bagian ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka dan landasan teori yang mendasari penelitian ini yang berkenaan dengan strategi komunikasi politik, partai Nasdem dan pemilihan umum.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, kerangka konsep penelitian, definisi konsep, kategorisasi penelitian, nara sumber, teknik pengumpulan data, teknik Analisa data, lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari data yang telah diolah oleh peneliti saat melakukan penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini berisikan simpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran yang diberikan untuk mencapai hasil yang lebih baik.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Strategi Komunikasi Politik

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik, yakni “*stratos*” yang artinya tentara, dan kata “*agen*” yang berarti memimpin, sehingga strategi dapat diartikan memimpin tentara. Setelah itu muncul kata “*strategos*” yang bermakna pemimpin tentara pada tingkat atas (Cangara, 2018). Strategi merupakan konsep militer yang dapat diartikan sebagai seni perang para jendral, atau dapat diartikan juga sebagai suatu rancangan yang terbaik dalam memenangkan peperangan.

Prinsip strategi yang harus ditekankan yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh sebelum mereka mengerjakannya.” (Abdullah, 2014) Sebuah strategi selalu menghasilkan gagasan dan konsep yang dikembangkan oleh para praktisi. Oleh karenanya para pakar strategi tidak hanya lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, melainkan juga terdapat dari profesi lain, seperti Henry Kissinger yang merupakan pakar strategi berlatar belakang sejarah, Thomas Schelling yang memiliki latar belakang ekonomi, juga Albert Wohlsetter yang memiliki latar belakang matematika.

Pada bidang komunikasi, para perencana strategi dihadapkan oleh sejumlah permasalahan, terutama dalam hubungan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang ada dalam mencapai sasaran yang ditargetkan. Rogers dalam buku Cangara (2018) memberi batasan dalam pengertian strategi

komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Menurut Middleton dalam Cangara (2018) mendefinisikan bahwasannya strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran media, penerima sampai pada pengaruh yang dirancang untuk mencapai tujuan yang optimal. Pada saat menentukan strategi, langkah pertama yang harus dilakukan yaitu dengan menentukan segmentasi, targeting, dan positioning.

Sementara itu, segmentasi yaitu suatu strategi dalam memahami struktur pasar, dengan tujuan untuk mengenal lebih dekat pasar yang menjadi khalayak. *Targeting* adalah persoalan bagaimana memilih, menjangkau, dan menyeleksi pasar dengan tujuan untuk memfokuskan kegiatan komunikasi politik serta isu yang dibuat. Selanjutnya *positioning* yaitu suatu strategi untuk menancapkan citra tertentu ke dalam benak para khalayak, agar tawaran produk politik dari sebuah partai politik ataupun seorang kandidat memiliki ruang tersendiri pada masing-masing diri mereka (Budhiarjo, 2017).

Strategi komunikasi politik merupakan panduan perencanaan dengan manajemen komunikasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam berpolitik. Oleh sebab itu, sebuah strategi komunikasi harus dapat menunjukkan langkah operasionalnya secara praktis yang akan dilakukannya, dalam artian bahwa pendekatan yang dilakukan dapat berbeda sewaktu-waktu sesuai dengan situasi dan kondisi yang dihadapi (Effendy, 2016).

Tujuan dari strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett dalam Effendy (2016) menyatakan bahwa kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama, yakni pertama memastikan komunikasi mengerti akan pesan yang diterimanya, kedua apabila sudah dimengerti maka harus dibina, dan ketiga setelah dibina kemudian diberikan motivasi untuk beraksi.

2.2. Menyusun Strategi Komunikasi Politik

Guna menyusun strategi komunikasi politik dibutuhkan perhitungan yang tepat untuk mengetahui faktor pendukung serta faktor penghambat yang akan dihadapi kedepannya, oleh karena itu diperlukan pula tahapan-tahapan strategi komunikasi politik yang dilakukan dalam memperhitungkan faktor tersebut. Adapun tahapan strategi komunikasi politik sebagaimana diungkapkan Cangara (2019) yang harus dilakukan diantaranya:

1. Mengamati permasalahan, merupakan gabungan dari aktivitas meneliti, mengawasi pengetahuan, pendapat, sikap, serta perilaku dari masyarakat yang memiliki kepentingan berpengaruh dari tindakan yang dilakukan, sehingga mereka mencari dan berpatokan terhadap karakter masyarakat. Hal tersebut merupakan tahapan awal dalam menyusun strategi komunikasi politik yang akan dilakukan.
2. Perencanaan dan pembuatan program, merupakan tahapan yang dilakukan setelah informasi dan data-data telah terkumpul, kemudian menyusun program, tujuan, tindakan serta strategi komunikasi dalam politik. hal ini tidak dapat dilakukan apabila belum diketahuinya karakteristik dari

masyarakat itu sendiri, karena bagaimanapun perencanaan dan program dibuat ketika pengamatan permasalahan dari situasi dan kondisi di masyarakat telah dilakukan.

3. Mengambil tindakan berkomunikasi, merupakan implementasi dari perencanaan dan program yang telah ditetapkan secara matang. Membangun citra atau *image* seefektif mungkin dalam menarik perhatian masyarakat, kemudian pesan politik yang sudah disusun dapat dikomunikasikan secara komunikatif.
4. Evaluasi program kerja, merupakan tahapan akhir yang dilakukan dengan mengevaluasi mulai dari mengamati permasalahan, perencanaan program, serta pelaksanaan komunikasi yang dilakukan. Dengan harapan agar memfokuskan usaha, mengetahui keefektifan, mengetahui keberhasilan ataupun kegagalan dari seluruh tahapan yang telah dilakukan.

Strategi komunikasi politik merupakan sebuah taktik yang begitu berperan dalam pemenangan pemilihan umum. Sebuah strategi komunikasi politik memberikan kontribusi yang besar dalam mengetahui kelebihan, ataupun kekurangan kandidat serta partai politik lain yang menjadi lawan. Strategi pada hakekatnya ialah perencanaan dan manajemen dalam mencapai sebuah tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan juga mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Firmanzah, 2018).

Strategi dan politik harus berjalan beriringan dalam mencapai tujuan yang sama, yakni meraih sebuah kemenangan. Sebuah strategi juga membutuhkan

taktik, namun perencanaan taktik dan pengambilan tindakan hanya dapat memiliki arti apabila sebuah strategi direncanakan secara teliti. Perencanaan taktik akan dapat mengetahui jawaban atas siapa, akan melakukan apa, kapan, bagaimana, serta mengapa.

Pada konteks pemilu, strategi komunikasi politik memiliki peran penting dalam agenda meraih kemenangan. Sebuah partai politik tidak akan mampu mengandalkan popularitas maupun posisinya sebagai *incumbent* saja, melainkan terdapat strategi komunikasi politik yang bisa diterapkan sesuai dengan kondisi dan tempat dimana diselenggarakan, diaplikasikan sesuai dengan kondisi dan tempat dimana kontestasi.

Terdapat tiga jenis pendekatan strategi komunikasi politik dalam mencapai tujuan politik yang diharapkan sebagaimana dikemukakan Arifin (2016) yakni sebagai berikut:

1. Ketokohan dan kelembagaan, merupakan pendekatan strategi komunikasi yang dilakukan dengan merawat ketokohan seorang politikus dan kemantapan lembaga politiknya dalam lingkungan masyarakat, sehingga memiliki pengaruh tersendiri dalam komunikasi politik yang dilakukan. Juga kemampuan lembaga dalam menyusun pesan politik, menetapkan metode, dan memilih media politik yang tepat merupakan sesuatu yang harus dipertimbangkan. Ketokohan yang memiliki kredibilitas dan daya tarik tersendiri, juga kelembagaan yang besar dan terpercaya akan menjadi kekuatan politik tersendiri dalam membangun komunikasi politik yang efektif.

2. Menciptakan kebersamaan, merupakan pendekatan strategi komunikasi yang dilakukan dengan menciptakan kebersamaan antara politikus dan masyarakat dengan tujuan untuk mengenal masyarakat secara lebih dekat agar dapat menyusun pesan yang homofili. Namun untuk terciptanya pesan yang *homofili*, maka politikus harus terlebih dahulu mengenal, mengerti, dan memahami daya tangkal dan daya serap seorang khalayak, oleh karena itu seorang politikus membutuhkan berbagai aktivitas penjajakan dan observasi secara langsung yang harus dilakukan.
3. Membangun konsensus, merupakan pendekatan strategi komunikasi yang dilakukan dengan menjalin hubungan yang baik, antara para politikus dalam partai politik yang sama ataupun partai politik yang berbeda, dengan tujuan menghasilkan atau menjadikan sebuah kesepakatan yang disetujui bersama-sama diantara satu sama lain. Hal tersebut biasa terjadi pada saat rapat ataupun loby yang dilakukan, dengan demikian untuk terciptanya dalam membangun konsensus ini maka seorang politikus harus melakukan model komunikasi yang interaktif diantara satu sama lain.

2.3. Tujuan Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki beberapa tujuan yang sangat penting dalam membentuk citra politik yang baik di mata masyarakat, menciptakan opini publik, serta untuk ikut dalam pemilihan umum agar dapat mempengaruhi kebijakan-kebijakan publik dalam segala bentuk kehidupan berbangsa dan bernegara. Terdapat berbagai macam bentuk komunikasi politik yang menjadi tujuan

komunikasi politik yang dapat digunakan, adapun bentuk yang biasa digunakan oleh para kandidat sebagaimana diungkapkan Arifin (2016) diantaranya:

1. Retorika politik, merupakan seni berbicara yang awal mulanya digunakan dalam perdebatan-perdebatan di ruang sidang pengadilan, bermaksud agar dapat saling mempengaruhi. Kemudian seni berbicara tersebut pada akhirnya berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa, dimana para kandidat bicara kepada orang banyak untuk berorasi dengan maksud merubah perilaku khalayak yang mejadi target tersebut.
2. Agitasi politik, merupakan kegiatan yang dilakukan untuk membangkitkan rakyat terhadap suatu gerakan politik, dengan cara merangsang dan membangkitkan emosi khalayak, baik secara lisan maupun tulisan. Dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat, kemudian menggerakkan khalayak untuk menentang kenyataan realita hidup yang terjadi dengan tujuan menimbulkan kegelisahan di kalangan masyarakat.
3. Propaganda politik, merupakan kegiatan kebohongan politik yang dilakukan dengan berbagai cara dalam menyebarkan suatu ideologi. Penggunaan propaganda politik ini, secara intensif dalam politik yaitu dilakukan oleh Hitler pada saat perang dunia II.
4. Kampanye politik, merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan seorang kandidat dalam waktu tertentu, dengan tujuan untuk memperoleh dukungan politik dari khalayak. Kampanye politik dapat dilakukan dengan melalui media massa, interpersonal, serta organisasi.

Menurut Adman Nursal dalam buku Firmanzah (2018) menyebutkan terdapat tiga macam strategi komunikasi politik, diantaranya pemasaran produk politik secara langsung kepada calon pemilih, pemasaran produk politik melalui media massa, dan pemasaran produk politik melalui kelompok tokoh ataupun organisasi yang memiliki pengaruh di masyarakat yaitu *Push strategi*, *Pull strategi*, dan *Pass strategi*.

Push strategi, merupakan penyampaian produk politik partai secara langsung terhadap para pemilih. Strategi ini lebih berfokus terhadap isu yang penting bagi para *electorate*, dan tidak hanya menjual kandidat atau partai sebagai organisasi saja (Gaffar, 2016). Strategi ini sebuah partai politik berusaha mendapatkan sebuah dukungan melalui rangsangan yang diberikan terhadap pemilih. Masyarakat perlu mendapatkan perhatian untuk pergi ke tempat pemungutan suara dan mencoblos suatu kontestan. Partai politik disini berperan dalam menyediakan sejumlah alasan yang rasional terhadap pemilih, dengan harapan mereka bersedia untuk mendukung suatu kontestan.

Pesan komunikasi politik yang disampaikan dalam strategi ini dilakukan secara langsung oleh kandidat atau partai terkait, ataupun bisa juga melalui relawan yang datang membagikan alat peraga kampanye. Relawan disini yang bertugas mengumpulkan data berupa persepsi, mengukur pengaruh pesan, serta mencatat perubahan dalam sikap dan perilaku *electorate*.

Pada pemilihan tingkat nasional, strategi ini merupakan cara yang paling sulit untuk dilakukan, karena dibutuhkannya biaya dan tenaga yang cukup banyak untuk dikeluarkan. Sedangkan untuk tingkat lokal cara ini cukup mudah untuk

dilakukan. Sebuah partai politik ataupun para kandidat calon anggota legislatif dapat dikatakan menggunakan *push strategi*, yakni apabila partai politik atau kandidat terkait sebagai komunikator turut serta secara langsung kelapangan dalam berkampanye, pesan politik yang telah tersusun disampaikan secara langsung pada saat berkunjung, masyarakat yang menjadi komunikan dari pesan politik merupakan masyarakat yang berasal kalangan menengah ke atas ataupun dari kalangan menengah ke bawah yang disampaikan melalui blusukan.

Pull strategi, merupakan penyampaian produk politik dengan memanfaatkan media massa, baik itu elektronik ataupun cetak. Startegi ini sering digunakan oleh seorang kandidat maupun sebuah partai yang memiliki sumber dana mencukupi, dengan harapan dapat membentuk citra positif di mata masyarakat.

Kelebihan dari strategi ini yaitu dapat membombardir pesan terhadap masyarakat. Akan tetapi, kurang dapat terukur keefektivitasan pesan yang disampaiakannya. Sebuah partai politik ataupun para kandidat calon anggota legislatif bisa dikatakan menggunakan *pull strategi* yakni apabila partai politik atau kandidat terkait sebagai komunikator memanfaatkan media dalam berkampanye, seperti halnya media sosial yang sedang marak digunakan oleh masyarakat pada saat ini, pesan politik yang telah tersusun disampaikan menggunakan media, masyarakat yang menjadi komunikan dari pesan politik merupakan masyarakat yang melek media serta aktif menggunakan media sosial salah satunya, baik itu berasal dari kalangan masyarakat menengah ke atas ataupun kalangan menengah ke bawah.

Pass strategi, merupakan penyampaian pesan yang dilakukan melalui individu kelompok ataupun organisasi yang dapat mempengaruhi opini pemilih. Strategi ini dilakukan harus secara hati-hati, karena apabila terjadi kesalahan maka akan berakibat fatal terhadap pesan politik yang disampaikannya. Cara pendekatan yang dilakukan pada strategi ini perlu disesuaikan dengan karakteristik individu, kelompok, serta organisasinya.

Keberhasilan yang didapat tergantung pada seberapa penting dan berpengaruh individu kelompok, atau organisasi tersebut di kalangan pemilih. Sebuah partai politik ataupun para kandidat calon anggota legislatif bisa dikatakan menggunakan *pass strategi* yakni apabila partai politik atau kandidat terkait sebagai komunikator memanfaatkan tokoh masyarakat atau organisasi masyarakat setempat yang berpengaruh dalam berkampanye.

2.4. Modal Politik

Modal politik atau dikenal dengan modalitas menjadi kunci utama untuk mendulang suara partai dalam pemilu. Modalitas yang dilakukan dalam taktik politik yaitu modal politik, modal sosial, dan modal ekonomi (Nimmo, 2016). Ketiga modalitas tersebut menjadi alat politik yang harus dimiliki oleh seorang kandidat, untuk dapat berkompetisi dalam pemilihan elektoral. Karena modalitas merupakan sesuatu hal paling mendasar yang merupakan keunggulan seorang kandidat legislatif.

Modal politik berupa dukungan dari partai yang dilakukan secara kelembagaan, dan aturan partai yang mempunyai kedekatan dengan elite jabatan di struktural partai, sehingga loyalitasnya terhadap partai tidak diragukan dan

disangsikan lagi. Berdasarkan kedekatan dengan elit serta jabatan di struktural partai, para kontestan ini dapat dipilah menjadi dua kategori yaitu kader yang berpindah partai, dan kader partai yang setia atau loyalis (Surbakti, 2013).

Kader yang berpindah partai artinya kader yang pindah partai sering terjadi, karena akibat ketatnya persaingan di partai lama yang pada umumnya terjadi di partai besar, sehingga peluang untuk dicalleg-kan atau menempati urutan atas akan mempunyai peluang cukup kecil. Hanya yang terjadi dalam perpolitikan di Indonesia bukan ke partai yang sudah mapan, melainkan ke partai yang masih tergolong muda, atau partai yang baru saja dibentuk. Hal tersebut dapat dipahami, bahwa partai-partai baru yang menjadi tumpuan harapan kader yang pindah ini, yaitu partai-partai yang menunjukkan prospek cerah ke depan. Parta-partai baru tersebut masih kekurangan sumber daya politisi yang berpengalaman, terutama di daerah sehingga politisi dari partai lain bisa diterima dengan tangan terbuka.

Kader partai yang setia atau loyalis, ada beberapa alasan mengapa seorang politisi tetap loyal dalam partainya yaitu pada umumnya seorang politisi mempunyai posisi yang cukup penting dan mapan dalam partai tersebut. Oleh karena itu, karir politik yang diperoleh melalui usaha yang cukup panjang, sehingga dapat menempati posisi sebagai pengurus teras, mulai dari sekretaris tingkat satu atau tingkat dua bahkan ketua untuk tingkat kabupaten, kecamatan dan ketua tingkat provinsi, dan soliditas antar pengurus dalam internal partai sehingga menjamin berjalannya proses kaderisasi secara terbuka dan transparan.

Kedua kategori tersebut dapat memberikan dukungan dari partai yang dilakukan secara kelembagaan, dan aturan partai yang mempunyai kedekatan

dengan elite jabatan di struktural partai. Modal politik merupakan bagian yang terpenting dan cukup signifikan bagi para kontestan tersebut.

Modal politik lainnya yang dapat digunakan adalah modal sosial. Sejalan dengan pemikiran Bourrdieu dalam Sastrosatmodjo (2015), modal sosial merupakan salah satu tuntunan utama, yang harus dimiliki oleh setiap calon legislatif untuk memenangkan sebuah proses pemilihan umum. Pada kontestasi dan persaingan untuk mendapatkan dukungan pemilih tersebut, modal sosial merupakan salah satu rujukan utama sejauhmana calon legislatif, mampu membangun hubungan politik dengan pemilih. Meski secara umum hubungan politik berasal dari jaringan sosial, yang melekat pada relasi-relasi sosial dan kepercayaan, yang sudah terbangun diantara kedua pihak antara calon legislatif dengan masyarakat atau pemilih.

Hubungan yang sebelumnya hanya bersifat biasa-biasa dengan didasarkan pada relasi dan kepercayaan, maka selanjutnya dijadikan sebagai dasar untuk membangun hubungan politik. Modal sosial adalah faktor yang sangat menentukan dalam kontestasi politik di daerah pilihan dimanapun berada (Cangara, 2019).

Modal politik lainnya adalah modal ekonomi. Modal ekonomi sebagai salah satu modal yang khusus dikaitkan dengan kemampuan ekonomi yang dimiliki oleh seorang kandidat, ketika ikut mencalonkan diri sebagai calon legislatif. Modal ekonomi terkait dengan kekayaan atau kemampuan finansial yang dimiliki oleh para kontestan pemilu untuk maju dan terlibat dalam proses pemilihan umum berlangsung (Cangara, 2019).

Pada sebuah kontestasi pemilihan umum modal ekonomi yang dimiliki, tidak hanya bersumber dari kekayaan pribadi melainkan bisa saja berasal atau bersumber dari dana-dana sumbangan pengusaha yang turut mencari keuntungan dari proses pemilu berlangsung. Dilihat perkembangan demokrasi pasca reformasi proses Pemilu menjadi sebuah proses reproduksi kekuasaan yang membutuhkan biaya cukup besar. Tuntutan akan modal ekonomi menjadi sebuah tuntutan yang tidak dapat dipungkiri. Hal ini terkait dengan besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh seorang kandidat dalam sebuah proses yang ada, mulai dari tahap pencapaian menjadi calon legislatif pada tingkat partai sampai pada proses pemilu, sehingga biaya-biaya "ekstra" yang harus dikucurkan oleh setiap kontestan.

Selain itu, modal ekonomi bisa menjadi persyaratan utama ketika individu yang mencalonkan diri sebagai calon legislatif tidak berasal dari internal partai. Namun pada proses pemilu (masa kampanye) para caleg pun harus mengeluarkan biaya yang sangat besar, sehingga dalam pengeluaran ini terkait dengan pembiayaan proses pelaksanaan kampanye. Oleh karena itu, tidak jarang ditemui bahwa dalam proses kompetisi elektoral, terdapat kandidat-kandidat yang berusaha memenangkan proses pemilu yang ada, dengan mengeluarkan sejumlah uang untuk mempengaruhi atau "membeli" suara para pemilih.

Terlepas dari berbagai hal tersebut, modal ekonomi secara mendasar mempunyai arti dan makna yang sangat penting, sebagai penggerak dan pelumasmesin politik yang dipakai oleh tim sukses (Cangara, 2019). Dengan demikian, setiap kampanye seorang calon legislatif membutuhkan uang yang

cukup besar, untuk membiayai berbagai kebutuhan seperti mencetak poster, baliho, membayar iklan, menyewa kendaraan untuk mengangkut para pendukung dan berbagai kebutuhan lainnya.

Modal ekonomi pada prinsipnya sangat berguna untuk menentukan langkah gerak dan majunya bagi seorang caleg, untuk menuju kemenangan dalam mekanisme pemilu secara langsung yang pelaksanaannya terus dilakukan dalam lima tahun sekali. Hal ini menjadi penting karena sifat pencalegan adalah individu dan tidak lagi menggunakan sistem nomor urut, sehingga masing-masing caleg melakukan sosialisasi dan berkampanye secara mandiri di daerah yang menjadi pilihannya.

2.5. Partai Nasdem

Partai Nasdem merupakan partai yang lahir dari organisasi sosial demokrasi nasional yang dipimpin oleh Surya Paloh. Lahirnya partai Nasdem tidak lepas dari visi dan misi utama organisasi demokrasi nasional, yaitu menggalang gerakan Perubahan Restorasi Indonesia. Restorasi Indonesia merupakan gerakan yang bertujuan mengembalikan, dan memajukan fungsi pemerintahan Indonesia dalam cita-cita proklamasi 1945 (Surbakti, 2013).

Nasdem bertekad memajukan Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui empat cara yaitu memperbaiki, mengembalikan, memulihkan, dan mencerahkan (Surbakti, 2013). Pada tanggal 7 Januari 2013, Nasdem memenuhi persyaratan verifikasi faktual di semua provinsi. Visi Nasdem adalah mengembalikan tujuan negara sebagaimana tertuang dalam Pembukaan UUD

1945, yaitu negara yang merdeka, bersatu, berdaulat, adil dan makmur (Markus, 2016).

Partai Nasdem sebagai partai baru telah memiliki pemilih yang cukup signifikan. Pada dua pemilihan umum terjadi peningkatan pemilih dari partai Nasdem. Kenaikan suara signifikan yang diperoleh partai Nasdem menunjukkan bahwa sebuah partai memiliki strategi komunikasi politik dalam kemenagannya. Strategi komunikasi yang tepat dapat membuat partai politik mempertahankan eksistensinya dalam proses pemilihan umum. Sebab strategi yang tepat akan menentukan hasil yang baik, karena setiap peperangan tanpa strategi ibarat membuang garam ke dasar samudra.

Strategi berbasis modalitas merupakan salah satu pemikiran yang dikembangkan oleh Piere Bourdieu dalam Sastrosatmodjo (2015). Menurutnya, kepemilikan modalitas merupakan sebuah kekuatan utama bagi setiap individu, untuk merebut dan mendapatkan kekuasaan dalam sebuah (*social space*) yang disebut sebagai arena kekuasaan. Namun demikian untuk mendapatkan kekuasaan, modalitas memainkan peranan penting sebagai kekuatan yang menopang tiap individu untuk mendapatkan kekuasaan dan mendapatkan legitimasi atas kekuatan yang dimiliki.

Pemikiran Bourrdieu tentang modalitas ini, selanjutnya diadopsi dan dikembangkan dalam dunia politik, terutama berkaitan dengan srategi politik sehingga modalitas seringkali dikembangkan dalam sebuah kompetisi elektoral. Oleh karena itu, dalam ilmu politik taktik politik dapat dilakukan dengan modalitas.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

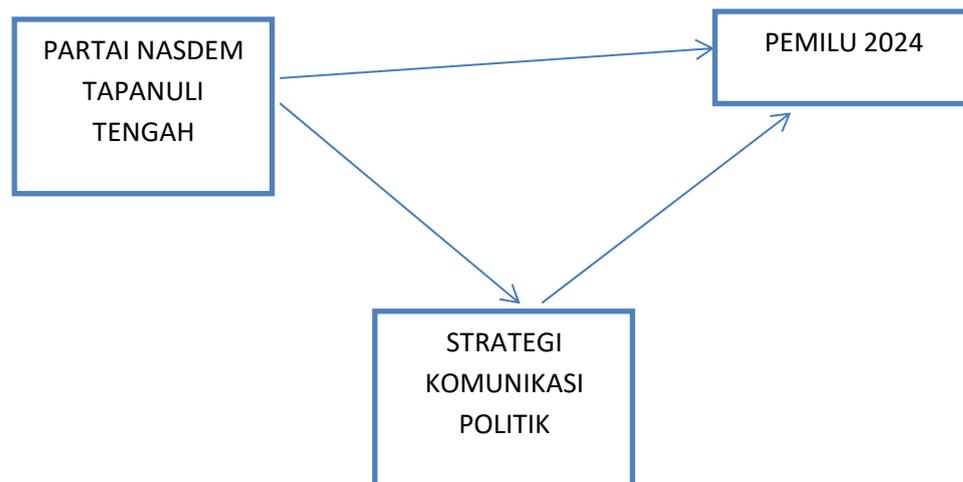
Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Pada penelitian kualitatif, metode adalah aspek yang sangat penting dan besar pengaruhnya terhadap berhasil tidaknya suatu penelitian, terutama untuk mengumpulkan data. Sebab data yang diperoleh dari suatu penelitian merupakan gambaran dari objek penelitian (Sugiyono, 2013).

Moleong mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk katakata dan bahasa (Moleong, 2010). Dasar pemikiran digunakannya metode ini adalah karena penelitian ini ingin mengetahui tentang fenomena yang ada dan dalam kondisi yang alamiah, bukan dalam kondisi terkendali, labolatoris atau eksperimen. Selain itu, peneliti perlu untuk langsung terjun ke lapangan bersama objek penelitian sehingga jenis penelitian kualitatif deskriptif kiranya lebih tepat untuk digunakan. (Sugiyono, 2013).

3.2. Kerangka Konsep

Sebelum melakukan penelitian tentunya terlebih dahulu memiliki kerangka konsep untuk menggambarkan secara objektif tentang apa yang akan diteliti. Kerangka konsep ini bertujuan untuk menjelaskan antara konsep yang akan

diamati melalui penelitian yang dilakukan. Kerangka konsep yang dapat peneliti gambarkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1. Kerangka Konsep.

3.3. Defenisi Konsep

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti yaitu penelitian lapangan. Hal ini dikarenakan penulis memanfaatkan studi lapangan sebagai analisa penulis agar dapat mengetahui strategi komunikasi politik partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi pemilu 2024. Berdasarkan uraian tersebut dapat ditentukan definisi konsep yang akan menjadi kerangka konsep adalah sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik merupakan panduan perencanaan dengan manajemen komunikasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam berpolitik. Oleh sebab itu, sebuah strategi komunikasi harus dapat menunjukkan langkah operasionalnya secara praktis yang akan

dilakukannya, dalam artian bahwa pendekatan yang dilakukan dapat berbeda sewaktu-waktu sesuai dengan situasi dan kondisi yang dihadapi.

2. Partai Nasdem

Partai Nasdem merupakan partai yang lahir dari organisasi sosial demokrasi nasional yang dipimpin oleh Surya Paloh. Lahirnya partai Nasdem tidak lepas dari visi dan misi utama organisasi demokrasi nasional, yaitu menggalang gerakan Perubahan Restorasi Indonesia. Restorasi Indonesia merupakan gerakan yang bertujuan mengembalikan, dan memajukan fungsi pemerintahan Indonesia dalam cita-cita proklamasi 1945.

3. Pemilu 2024

Pemilu 2024 adalah pemilihan umum untuk memilih anggota dewan perwakilan rakyat, dewan perwakilan daerah, dan dewan perwakilan rakyat daerah yang direncanakan akan diadakan pada tanggal 14 Februari 2024, dengan sistem terbuka.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian digunakan agar penelitian yang dilakukan dapat terarah dan fokus pada penelitian. Adapun kategorisasi penelitian yang akan peneliti lakukan adalah:

Tabel. 3.1
Kategorisasi Penelitian

NO	Konsep Teoritis	Kategorisasi Penelitian
1	Strategi Komunikasi Politik Partai Nasdem Tapanuli Tengah	<p>1. <i>Perencanaan (Planing)</i> Meliputi perencanaan kandidat anggota legeslatif, dan perencanaan sosialisasi.</p> <p>2. <i>Organizing</i> Meliputi mengorganisir tempat-tempat strategis melakukan komunikasi politik, dan bentuk-bentuk kegiatan sosial.</p> <p>3. <i>Actuating</i> Meliputi waktu pelaksanaan kegiatan, pembiayaan dalam setiap kegiatan, serta sumber dana dalam melakukan kegiatan.</p> <p>4. <i>Controlling</i> Meliputi evaluasi komunikasi politik</p>
2	Menghadapai Pemilu Tapanuli Tengah	Mencapai lebih dari 70% Kursi di DPRD

3.5. Narasumber

Sumber utama penelitian ini adalah tindakan dan kata-kata dari subjek penelitian atau narasumber. Guna memperoleh data tersebut, narasumber dalam penelitian ini melalui narasumber primer, narasumber primer dalam penelitian

ini adalah seluruh data yang didapat langsung dari informan sebagai sumber pertama yang berupa wawancara, observasi dan studi dokumentasi.

Menurut Narbuko (2013), sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dari penjelasan tersebut maka narasumber data dapat dibagi menjadi 2 (dua) bagian:

1. Narasumber primer, narasumber primer dalam penelitian ini adalah seluruh data yang didapat langsung dari informan sebagai sumber pertama yang berupa wawancara kepada informan yaitu seluruh pimpinan dan pengurus DPD Partai Nasdem Tapanuli Tengah yang turut serta merancang startegi komunikasi politik partai Nasdem dalam menghadapi Pemilu 2024. Jumlah narasumber ada 6 orang, diantaranya narasumber I ketua DPD Partai Nasdem Tapanuli Tengah Saudara Khairul Kiyedi Pasaribu. Narasumber II Abdul Basir Situmeang (Sekertaris DPD Nasdem Tapteng), Narasumber III Jasua Marudutua Habeahaan (Bendahara DPD Nasdem Tapteng). Narasumber IV Syahrurn Pasaribu (Ketua Fraksi DPD Nasdem Tapteng), Narasumber V Ahmad Yusuf Tanjung (Ketua Pemenangan DPD Nasdem Tapteng). Narasumber VI Saudara Liberni (Ketua bidang agama dan adat DPD Nasdem Tapteng).
2. Narasumber sekunder, data narasumber sekunder adalah data pendukung atau data tambahan dalam penelitian ini yang diperoleh dari sumber non pengurus Partai Nasdem Tapanuli Tengah seperti dewan Pembina, ketua

dan pengurus DPC, serta simpatisan partai Nasdem yang memiliki kompetensi untuk dilakukan wawancara.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi, Observasi adalah “metode penelitian yang berciri interaksi sosial, antara peneliti dengan lingkungan subjek dan selama itu data dalam bentuk catatan lapangan dikumpulkan secara sistematis” (Moleong, 2010). Observasi data dilakukan dengan cara melakukan pengamatan pada subjek penelitian atau fenomena yang terjadi.
2. Wawancara, Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Tanya jawab tersebut terdiri dari 2 orang atau lebih secara fisik dan masing-masing pihak dapat menggunakan saluran-saluran komunikasi secara wajar dan lancar (Sugiyono, 2013). Pewawancara disebut *interviewer* sedangkan orang yang diwawancara disebut *interviewee*. Pedoman ini dibuat sebelum kegiatan wawancara dilaksanakan dan berfungsi sebagai panduan selama wawancara berlangsung sehingga dapat berjalan lancar dan data mengenai materi.
3. Dokumentasi, Dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen (Sugiyono, 2013). Dalam hal ini penulis menggunakan metode dokumentasi untuk mencari data-data otentik sebagai pelengkap, diantaranya untuk mendapatkannya data mengenai strategi komunikasi politik partai Nasdem Tapanuli Tengah.

3.7. Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif., peneliti berpartisipasi seperti sungguhan pada situasi real, langkahnya yaitu, menelaah data yang ada. Kemudian peneliti dapat menarik kesimpulan tertentu dari hasil pemahaman dan pengertiannya berdasarkan asumsi pendekatan proses pendidikan. Adapun langkah-langkah menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagaimana dikemukakan Sugiyono (2013) yaitu mereduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.

- a. Reduksi Data, mereduksi data berarti mengambil bagian pokok atau inti sari dari data yang diperoleh, dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.
- b. Penyajian Data, setelah data direduksi, pada tahap ini data disajikan dalam bentuk teks narasi, yakni mengenai strategi komunikasi politik partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi pemilu 2024, kemudian data disusun secara sistematis.
- c. Menarik Kesimpulan, Kesimpulan awal yang dikemukakan bersifat tentative/ sementara, dan kesimpulan senantiasa diverifikasi selama penelitian berlangsung dan sesuai dengan bukti-bukti yang kuat sesuai data.

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian yang dibutuhkan selama empat bulan yaitu Bulan Maret hingga Agustus tahun 2023. Sementara itu, lokasi penelitian ini dilakukan di

kantor DPD Partai Nasdem Tapanuli Tengah dan kantor DPC partai Nasdem yang terdapat di Tapanuli Tengah.

3.9. Deskripsi Ringkasan Objek Penelitian

Partai Nasdem merupakan partai yang lahir dari organisasi sosial demokrasi nasional yang dipimpin oleh Surya Paloh. Lahirnya partai Nasdem tidak lepas dari visi dan misi utama organisasi demokrasi nasional, yaitu menggalang gerakan Perubahan Restorasi Indonesia. Restorasi Indonesia merupakan gerakan yang bertujuan mengembalikan, dan memajukan fungsi pemerintahan Indonesia dalam cita-cita proklamasi 1945 (Surbakti, 2013).

Nasdem bertekad memajukan Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui empat cara yaitu memperbaiki, mengembalikan, memulihkan, dan mencerahkan (Surbakti, 2013). Pada tanggal 7 Januari 2013, Nasdem memenuhi persyaratan verifikasi faktual di semua provinsi. Visi Nasdem adalah mengembalikan tujuan negara sebagaimana tertuang dalam Pembukaan UUD 1945, yaitu negara yang merdeka, bersatu, berdaulat, adil dan makmur (Markus, 2016).

Partai Nasdem sebagai partai baru telah memiliki pemilih yang cukup signifikan. Pada dua pemilihan umum terjadi peningkatan pemilih dari partai Nasdem. Kenaikan suara signifikan yang diperoleh partai Nasdem menunjukkan bahwa sebuah partai memiliki strategi komunikasi politik dalam kemenagannya. Strategi komunikasi yang tepat dapat membuat partai politik mempertahankan eksistensinya dalam proses pemilihan umum.

Partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam dua kali pemilihan umum yaitu tahun 2014 dan 2019 masih termasuk partai 3 besar se- Tapanuli Tengah. Terdapat peningkatan perolehan kursi di DPRD dari pemilu 2014, dan pada pemilu 2019. Hal ini menegaskan bahwa partai Nasdem Tapanuli Tengah masih dicintai masyarakat dan pemilih. Walaupun beberapa anggota legislatif partai Nasdem berasal dari partai lain yang pernah duduk sebagai pengurus partai.

3.10. Deskripsi Lokasi Penelitian

Peneliti adalah putra daerah Tapanuli Tengah yang lahir dan tumbuh di Tapanuli Tengah, walaupun harus jauh dari orang tua saat ini. Peneliti masih intens kembali ke Tapanuli Tengah sembari menjenguk orangtua dan intens memperhatikan perkembangan dan kemajuan Kabupaten Tapanuli Tengah. Sebagai seorang pemuda yang cinta tanah air dan kemajuan bangsa peneliti tertarik mengikuti perkembangan politik di Tapanuli Tengah.

Partai Nasdem adalah partai yang menjadi perhatian peneliti, dimana sejumlah keluarga ikut berkecimpung di partai pimpinan Surya Paloh tersebut. Misinya mengadakan perubahan dan restorasi menjadi daya tarik yang luar biasa bagi peneliti untuk menjadi simpatisan partai tersebut. Beberapa perubahan yang terjadi dan dapat dilihat oleh peneliti adalah perubahan pola pikir masyarakat yang diajak untuk maju dan berkembang guna memajukan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

Lokasi penelitian di Tapanuli Tengah menjadi objek penelitian yang hemat peneliti perlu dilakukan karena beberapa strategi komunikasi politik yang dilakukan partai Nasdem berdampak pada perubahan yang positif pada

masyarakat dan menjadi strategi politik yang unik menurut peneliti, karena belum ada strategi politik yang seperti ini dilakukan oleh partai lainnya. Restorasi menuju perubahan bukanlah menghancurkan satu komponen dari sejumlah komponen, akan tetapi membangkitkan semangat dan menghidupkan kembali semangat juang kemerdekaan. Ditambah lagi banyak tokoh-tokoh pejuang kemerdekaan yang berasal dari Tapanuli Tengah baik secara local maupun Nasional seperti Sisingamangaraja ke XII.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Partai Nasdem Tapanuli Tengah

4.1.1. Partai Nasdem Tapanuli Tengah

Partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi pesta rakyat pemilihan umum pada Pilkada 2024 mendatang menargetkan 70% kursi DPRD Tapanuli Tengah di isi oleh Partai Nasdem demikian ungkapan Ketua DPD Partai Nasdem Kabupaten Tapanuli Tengah Bakhtiar Ahmad Sibarani. Jumlah kursi di Tapanuli Tengah sebanyak 35 kursi, artinya Partai Nasdem Tapanuli Tengah menargetkan 25 kursi di DPRD Tapanuli Tengah.

Bakhtiar Ahmad Sibarani mengatakan "Target kita tidak banyak, yaitu target kejujuran saja. Kalau ada partai lain menargetkan 8 kursi, 12 kursi dengan komposisi calegnya, silahkan. Target kami tidak banyak, 70 persen DPRD Tapteng diisi oleh Partai Nasdem". Menurutnya 35 Calon Legislatif (Caleg) DPRD Tapteng yang sudah didaftarkan ke KPUD pada tanggal 11 Mei 2023, merupakan para Caleg Nasdem yang sudah dikenal di tengah-tengah masyarakat, mereka sudah punya modal dikenal masyarakat. Baik itu, modal turun ke lapangan maupun punya modal untuk operasional.

Diantara caleg Partai Nasdem Tapanuli Tengah ada mantan Camat dua orang, yaitu Camat Sibabangun dan Lumut. Ada mantan Ketua Partai dan Ketua DPRD Tapteng Bapak Antonius Hutabarat, ada Anggota DPRD Tapteng dan Ketua Partai tertentu pindah ke Nasdem yaitu Bapak Basyir Situmeang, ada juga dari Partai tertentu dan anggota DPRD Tapteng dua periode, yaitu Ibu Romasta,

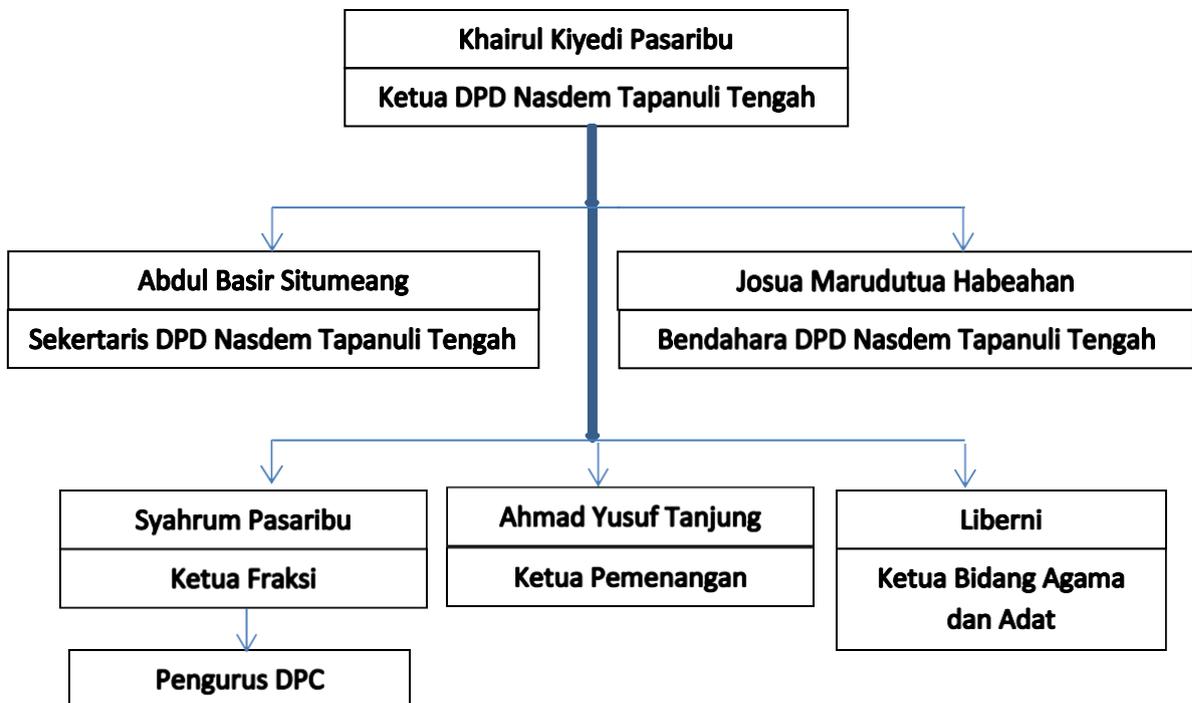
ada ketua-ketua Organisasi, Pengusaha, dari pensiunan PLN. Artinya caleg Nasdem Tapteng ini terdiri dari berbagai kalangan.

Bakhtiar Ahmad Sibarani sebagai mantan Bupati Tapanuli Tengah juga menegaskan bahwa caleg dari Partai Nasdem adalah orang-orang yang berkompeten. Caleg Provinsi Sumatera Utara Nasdem yang mengusung, Rahmansyah Sibarani saat ini sebagai Wakil Ketua DPRD Sumatera Utara, Caleg DPR-RI, nomor urut 1 adalah Martin Manurung dan nomor urut 2 adalah Rizky Ananda Sibarani.

Mantan Bupati Tapteng ini pun mengaku selalu siap jika nanti sistem pemilihan tersebut tertutup atau terbuka. Intinya tinggal menunggu putusan saja."Kita adalah warga negara yang taat aturan. Mau nanti sistem terbuka atau tertutup, kita tetap siap. Kita main dengan benar dan tertib," tegasnya. Bakhtiar mempersilahkan masyarakat untuk menilai para calon yang diusung oleh Partai Nasdem apakah layak di tengah-tengah masyarakat. Namun dia memastikan, bahwa para caleg Partai Nasdem ini adalah orang yang berkompeten dan dipastikan dapat meraup suara.

4.1.2. Struktur Organisasi Partai Nasdem Tapanuli Tengah

Berdasarkan surat keputusan nomor 440-Kpts/DPP-Nasdem/VII/2023 yang ditanda tangani Ketum Nasdem Surya Paloh dan Sekjen Nasdem Hermawi Taslim tertanggal 27 Juli 2023. Mengesahkan perubahan kepengurusan baru di tingkat Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Nasdem untuk periode 2023-2024. Struktur organisasi Partai Nasdem Tapanuli Tengah bahwa terdapat susunan pengurus Partai Nasdem sebagai berikut:



Gambar 4.1. Struktur Organisasi DPD Nasdem Tapteng.

4.2. Strategi Komunikasi Politik Partai Nasdem Tapanuli Tengah Menghadapi Pemilu Tahun 2024

Komunikasi politik secara dialogis menghadirkan bahwa rakyat pemilih adalah setara dengan mereka yang mengajak dialog. Oleh sebab itu dialog menjadi suatu hal yang harus dilaksanakan dalam melakukan strategi komunikasi politik. Setiap partai memiliki beberapa ciri khas yang menjadi metode sebagai penunjuk ideologi dan platform partai dalam melakukan strategi komunikasi politik. Hal ini tentunya menjadi strategi pada masing-masing partai dalam melakukan manufer untuk mencapai tujuan dan mengumpulkan suara agar partai yang bersangkutan dipilih. Strategi komunikasi politik yang dilakukan Partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi pemilu tahun 2024 berdasarkan hasil wawancara peneliti adalah:

4.2.1. Perencanaan Partai Nasdem Menghadapi Pemilu tahun 2024

Beberapa strategi atau rencana yang digunakan Partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghimpun kandidat sebagai calon anggota legislatif pada pemilu tahun 2024 seperti “memilih pasangan hidup” sebagaimana disampaikan narasumber I pada peneliti dalam wawancara, bahwa ada beberapa kemampuan yang harus diperhatikan diantaranya:

a. Kemampuan komunikator

Komunikator merupakan pihak yang menjalankan proses strategi komunikasi untuk menjadi komunikator yang baik dan dapat dipercaya oleh audien atau khalayak sasaran, maka komunikator harus memiliki daya tarik serta kredibilitas. Komunikator dalam konteks politik memiliki peranan penting sebab, komunikator merujuk pada upaya menyampaikan gagasan, visi dan misi partai. Oleh karena itu, diperlukan sebagai calon anggota legislatif dari Partai Nasdem memiliki kemampuan strategi komunikator politik yang tepat.

Roni (2021) menyatakan bahwa kajian tentang strategi komunikator politik merupakan alat penting, dimensi komunikator politik akan dianalisis dengan performa komunikator dan kredibilitas komunikator .yang menunjukkan bahwa dalam dimensi performa komunikator. Upaya peningkatan perolehan suara yang dilakukan oleh DPD Partai Nasdem Tapanuli Tengah yakni merekrut orang-orang dengan performa dan kredibilitas yang baik dimasyarakat. Hal ini dilakukan karena apabila masyarakat sudah menaruh kepercayaan terhadap komunikator maka, pesan partai yang disampaikannya akan lebih mudah diterima dan dilaksanakan sebagaimana yang diinginkan.

Kemudian dalam dimensi kredibilitas komunikator yakni pemilihan komunikator dalam hal ini calon anggota legislatif tentu sangat berkredibilitas dimata masyarakat, dan tentunya tim suksespun harus memiliki kredibilitas yang mumpuni pula. Hal ini bertujuan agar calon yang kredibilitas dan tim sukses yang memiliki kredibilitas tentunya akan mempengaruhi suara partai baik tingkat daerah maupun Nasional.

Kemampuan seorang komunikator dalam melakukan komunikasi pada audiencenya, didalamnya tidak dapat diabaikan yakni pesan. Pesan merupakan kekuatan yang tidak mungkin diabaikan pesan adalah isi yang menentukan pemaknaan khalayak terhadap proses komunikasi politik (Sutisna, 2020). Pentingnya derajat pesan implikasi dalam beragam bentuk kemasan pesan yang dikontribusikan sedemikian rupa, sesuai dengan tujuan dan efek yang diharapkan. Proses penyampaian komunikasi. Salah satunya pesan komunikasi politik yang dibawa oleh calon anggota dewan yang dalam pelaksanaannya penyampaian komunikasi atau teknik komunikasi dibantu oleh tim sukses (Kencana, 2021). Tim sukses ini yang nantinya akan menjalankan jaringan akar rumput dibawahnya sehingga melakukan pemaksimalan penyampaian pesan politik guna menyongsong calon dalam pemilu (Sudianto, 2019).

Media komunikasi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khayalak atau audien. Media dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia seperti telinga dan mata. Media juga merupakan jendela yang memungkinkan kita untuk dapat melihat lingkungan yang lebih jauh, sebagai penafsir pembantu yang memahami

pengalaman, sebagai landasan penyampai informasi yang lebih jauh, sebagai penafsir yang membantu memahami pengalaman, sebagai landasan informasi, sebagai komunikasi interaktif dan meliputi opini audien, sebagai penanda pemberi interuksi atau petunjuk, sebagai penyaring atau pembagi pengalaman dan fokus terhadap orang lain, cermin yang merefleksikan diri dan penghalang yang menutupi kebenaran (Hidayat, 2021).

Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan narasumber I dalam wawancara peneliti bahwa “Media komunikasi juga dijelaskan sebagai sebuah sarana yang dipergunakan sebagai memproduksi, reproduksi, mengolah, dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Media komunikasi sangat berperan penting bagi kehidupan masyarakat. Secara sederhana, sebuah media komunikasi adalah sebuah perantara dalam menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar efisien dalam menyebarkan informasi atau pesan. Teknik penggunaan media sebagai alat komunikasi dalam stretegi komunikasi politik calon anggota legislatif Partai Nasdem”.

b. Kemampuan Finansial

Media mempunyai peran yang sangat besar dalam mengkampanyekan pesan-pesan politik kepada masyarakat. Calon anggota legislatif dari Partai Nasdem juga harus memiliki kemampuan finansial, karena dalam menyampaikan pesan politik tidak terlepas menggunakan berbagai media baik cetak maupun media elektronik, Media luar ruangan pun juga dipergunakan untuk mensosialisasikan program dan pesan pembangunan dari calon. “Media dapat

mepengaruhi khlayak dalam memberikan tekanana suatu peristiwa” sebagaimana ungkapan narasumber I pada wawancara yang penelitalakukan di kantor DPD Partai Nasdem Tapanuli Tengah.

Komunikasi politik, merupakan sejumlah besar orang yang menerima pesan-pesan politik yang disampaikan melalui media (media masa, media baru, media sosial). Audien politik yang dipandang sebagai penerima adalah mayarakat pemilih. Pemilih adalah semua pihak yang menjadi tujuan utama para kandidat politik untuk mempengaruhi dan diyakinkan pendukung serta memberikan hak suara. Oleh sebab itu, dalam hal ini calon anggota legislatif harus memiliki kemampuan finansial untuk menyampaikan pesan itu semua melalui media, terutama untuk pengadaan spanduk dan baliho.

Pemilih adalah semua pihak yang menjadi tujuan utama para kandidat politik untuk mempengaruhi dan diyakinkan pendukung serta memberikan hak suara (Ulber, 2020). Jika dilihat secara lebih mendalam, komunikasi politik memiliki khalayak yang unik. Ada kalanya khalayak yang dituju merupakan khalayak yang antipasti terhadap politik pada saat lainnya, khalayak yang dituju tidak memiliki kemampuan intelegensi yang memadai untuk mengerti pesan politik yang disampaikan secara utuh. Situasi khalayak yang dituju menentukan bentuk-bentuk komunikasi politik yang diterapkan agar proses komunikasi politik mampu menghasilkan efek yang diharapkan (Ulber, 2020). Informasi tentu sangatlah berperan dalam suatu proses penyampaian pesan komunikasi. informasi yang dikemas dengan menarik salah satunya saat ini yakni lewat media digital baik di platfrom Instagram, facebook dan konten konten media social lainnya.

Perencanaan berikutnya yaitu strategi komunikasi menjadi faktor penting dalam pemenangan suatu kontestasi politik. Proses penyampaian komunikasi yang memiliki ciri khas masing-masing dan strategi yang berbeda-beda. Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara pada narasumber II dan narasumber dan narasumber IV, menyampaikan rencana yang disusun Partai Nasdem dalam mensosialisasikan partai dan anggota legislatif di Tapanuli Tengah pada pemilu tahun 2024 diantaranya:

- a. Melaksanakan kegiatan yang menyentuh masyarakat dengan menggunakan kampanye diberbagai media dengan pendekatan tokoh lokal yang memiliki pengaruh dan prestasi.
- b. Membentuk Lembaga Kaderisasi dengan memberikan pelatihan dan pendidikan politik serta memperkuat konsolidasi internal maupun eksternal partai
- c. Menggaungkan kampanye di berbagai media dengan mengangkat isu-isu ekonomi kerakyatan.
- d. Penyampaian komunikasi politik melalui zonasi konstituen terhadap elektabilitas seorang kandidat legislatif terutama Presiden, sebagai salah satu media komunikasi yang juga diharapkan dapat mendukung peningkatan komunikasi partai.
- e. Mengumpulkan dukungan modal financial dan *networking* melalui calon legislatif tingkat I, DPR RI serta DPD dan pemaksimalan proses penyampaian pesan politik.

- f. Menggunakan kader nasional yang sukses di pusat guna mempengaruhi massa untuk mengubah pikiran dan pilihan.

Network (jaringan) yang luas merupakan salah satu modal penting untuk maju dalam kontes pemilihan anggota legeslatif. Jaringan itu sendiri terbagi menjadi dua yakni pertama, jaringan komunitas seperti perdagangan dan majelis taklim, kedua menarik simpati masyarakat melakukan strategi pendekatan sosial dengan mengumpulkan segala aspirasi yang ada, dan bertemu langsung melalui kegiatan-kegiatan masal (Heriyanto, 2015).

Menurut Abdullah (2014) dalam konteks kampanye sendiri, dialog mensyaratkan bahwa kandidat politik menempatkan diri dalam posisi pengambil peran yang baik untuk memahami berbagai makna yang terdapat dalam dunia simbolik rakyat pemilu, tidak memaksakan “kebenaran” atau pendapatnya sendiri kepada khalayaknya dan tidak sekedar melakukan pengelolaan kesan lewat pemberian janji palsu. Dialog yang hadir ditengah masyarakat menghadirkan animo, antusiasme baru setelah kekecewaan oleh beberapa hal dan asus perpolitikan yang ada.

4.2.2. Organizing Partai Nasdem Tapanuli Tengah Menghadapi Pemilu 2024

Setelah perencanaan selanjutnya adalah mengorganisir lokasi sebagai lumbung suara Partai Nasdem Tapanuli Tengah. Proses komunikasi tentu memiliki beberapa aktor, karena komunikasi berjalan pada dua arah. Tidak terlepas pula dalam prinsip komunikasi yang memerlukan komunikasi terntu memiliki beberapa aktor, karena komunikasi berjalan pada dua arah. Tidak terlepas pula dalam prinsip komunikasi yang memerlukan komunikator atau aktor

komunikasi untuk menyampaikan pesan, makna, propaganda, kepada komunikan penerima pesan, makna dan propaganda tersebut. Komunikator memegang peranan penting dalam segala proses komunikasi.

Pada Komunikasi politik, terdapat beberapa aktor atau komunikator atau juga bisa disebut lakon komunikasi yang membuat komunikasi politik ini berjalan. Aktor ini sangat berperan vital dalam melakukan komunikasi politik, jalan atau tidaknya komunikasi politik, sampai atau tidaknya pesan yang dikehendaki, yang berujung pada menang atau kalahnya suatu partai politik bergantung pada aktor-aktor ini dalam menjalankan komunikasi politiknya kepada khalayak komunikan atau masyarakat sebagai pemilih dalam pesta rakyat (Pito, 2014).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan narasumber IV dan narasumber V, bahwa tempat-tempat yang mendominasi Partai Nasdem di Tapanuli Tengah yang terdiri dari 20 Kecamatan, terdapat 16 Kecamatan yang mendominasi atau lumbung-lumbung suara Partai Nasdem Tapanuli Tengah, diantaranya:

1. Kecamatan Andan Dewi
2. Kecamatan Pandan
3. Kecamatan Manduamas
4. Kecamatan Barus
5. Kecamatan Sarudik
6. Kecamatan Barus Utara
7. Kecamatan Sorkam Barat

8. Kecamatan Tukka
9. Kecamatan Pasaribu Tobing
10. Kecamatan Sirandorung
11. Kecamatan Lumut
12. Kecamatan Pinangsori
13. Kecamatan Sibabangun
14. Kecamatan Sitahuis
15. Kecamatan Sosorgadong
16. Kecamatan Sorkam

Proses melakukan komunikasi politik juga perlu menentukan target dan segmen, untuk menentukan titik komunikasi politik dalam melakukan strategi komunikasi politik, kelemahan atau kekuatan dari khalayak yang akan diberi suatu informasi. Partai Nasdem Tapanuli Tengah berbicara segmen, mereka tidak membatasi dalam memilih segmennya terhadap para penerima pesan melalui media yang telah disampaikan, akan tetapi terdapat titik konsentrasi lebih yang dilakukan ketika bertemu dengan kaum muda, dan/atau pemilih pemula. Segmen hanya akan membuat pemilih terkotak-kotak. Semuanya tetap didatangi tetapi dengan intensitas yang berbeda dan kebutuhan daerah masing-masing.

Pada masing-masing daerah membutuhkan kebutuhan yang berbeda pula, misalnya pada satu daerah membutuhkan jalan utama yang lebih baik, maka hal itu akan menjadi isu komunikasi politik pada daerah tersebut. Daerah lainnya membutuhkan pupuk yang murah agar petani dapat menghasilkan panen yang

lebih baik, maka itu akan menjadi isu dan komunikasi politik yang akan disampaikan dalam mengatasi masalah-masalah masyarakat sebagai pemilih.

Perbedaan-perbedaan yang menjadi kebutuhan masyarakat adalah isu yang harus disampaikan dalam isu-isu dan membangun komunikasi politik yang lebih tepat dan lebih baik serta tepat sasaran, demikian diungkapkan narasumber V Ketua bidang pemenangan Partai Nasdem Tapanuli Tengah. Pada dasarnya perjuangan adalah kunci menang dan tidaknya calon anggota legislatif dan partai pada suatu daerah. Oleh sebab itu, calon anggota legislatif Partai Nasdem Tapanuli Tengah pada dapilnya masing-masing harus mengetahui isu apa yang akan di angkat sebagai materi dalam komunikasi politik.

Hasil wawancara peneliti dengan narasumber IV (Ketua Fraksi Partai Nasdem Tapanuli Tengah), bahwa terdapat rencana yang sudah di agendakan dalam bentuk bentuk kegiatan sosial. Diantaranya yang wajib dilakukan pemberian bantuan sembako pada masyarakat miskin dan duafa, orangtua jompo, tukang becak dan masyarakat prioritas yang membutuhkan bantuan sembako di seluruh Kabupaten Tapanuli Tengah yang dilakukan secara bertahap. Kegiatan Sosial lainnya yang akan dilakukan menjelang pergantian tahun dan libur sekolah akan melakukan kegiatan khitanan masal gratis Partai Nasdem dengan kuota peserta seribu anak yang dilakukan secara bertahap mulai dari awal Desember 2023 sampai menjelang Natal 2023.

Selain kegiatan sosial tersebut, menurut narasumber VI (Ketua bidang agama dan adat Partai Nasdem Tapanuli Tengah) juga mengutarakan bahwa kegiatan sosial keagamaan yang juga akan dilakukan seperti perayaan hari besar

keagamaan seperti Natal dan peringatan Maulid Nabi Besar Muhammad SAW. Sesuai permintaan Masyarakat melalui DPC Partai Nasdem di Kecamatan Barus dan Pasaribu Tobing terdapat rumah ibadah dan rumah adat yang perlu dilakukan renovasi, sehingga sejumlah elemen masyarakat dan Partai Nasdem serta Pemerintah Daerah turut serta melakukan kegiatan sosial tersebut.

4.2.3. Actuating Partai Nasdem Tapanuli Tengah Menghadapi Pemilu Tahun 2024

Ketua partai pada dasarnya adalah tokoh atau penggerak dalam sebuah partai, tidak jarang pula ketua partai adalah anggota partai yang dapat membawa partai pada kemajuan dan keberhasilan sebuah partai. Berdasarkan wawancara peneliti dengan narasumber II (sekertaris Partai Nasdem Tapanuli Tengah) bahwa peran ketua partai pada dasarnya membawa partai pada keberhasilan partai. Jika ketua partai mensosialisasikan calon anggota legeslatifnya, maka dikhawatirkan akan ada kecemburuan satu personil dengan personil lainnya.

Peran ketua partai salah satunya membangun ketokohan dan memantapkan kelembagaan setiap anggota yang ingin menjadi kader ataupun yang sudah menjadi kader harus memiliki kemampuan dan keahlian. Empat kemampuan dan keahlian sesuai dengan modul pendidikan kader yaitu menjaga tali silaturahmi, menerapkan politik pelayanan, menerapkan politik kehadiran, dan menerapkan politik kepeloporan. Selain dari keahlian dan kemampuan, ketokohan ketua partai sangat berperan penting dalam meningkatkan dan mempertahankan kredibilitas kepercayaan dimata khalayak. Kemantapan kelembagaan DPD Partai Nasdem Kabupaten Tapanuli Tengah, dapat dilihat dari prestasi partai yang berperan dalam pemilu. Selain itu, proses memantapkan kelembagaan dapat dilakukan

dengan membentuk struktur dan memberikan pemahaman tentang partai, memenuhi kebutuhan khalayak sehingga membangun serta mempertahankan kepercayaan publik.

Peran Ketua Partai Nasdem Kabupaten Tapanuli Tengah menciptakan kebersamaan membentuk serta menumbuhkan kedekatan antara komunikator politik dengan khalayak atau masyarakat, mengenali khalayak dengan menyentuh psikologi mereka, melalui memahami khalayak, menyusun pesan persuasif, penetapan metode, sampai kepada memilah dan memilih media, dan menciptakan kebersamaan yang dimulai dengan kemampuan membangun daerah dan masyarakat.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan narasumber II bahwa peran ketua partai dapat menggunakan faktor attention area sebagai faktor dalam mempengaruhi khalayak sehingga mendapatkan respon yang positif dari khalayak, membangkitkan perhatian khalayak terhadap pesan-pesan politik yaitu penyampaian dengan pola-pola yang tidak pragmatis, akan tetapi dibangun dengan pola yang komunikatif serta menggunakan komunikasi *nonverbal* lewat media internet, menggunakan metode *educative* sebagai metode yang digunakan dalam proses kaderisasi yang sudah sampai tingkat ranting serta menggunakan metode *suggestive* dengan cara memberikan motivasi kepada kader tentang tujuan visi dan misi partai, sampai dengan menggunakan media internet seperti facebook, instagram, whatsapp dan Youtube sebagai bentuk komunikasi secara tidak langsung kepada khalayak.

Selain itu Ketua Partai Nasdem Tapanuli Tengah Juga bertugas membangun consensus, intrapolnas melakukan lobi politik, lobi politik adalah salah satu bentuk seni dan teknik berkomunikasi yang banyak sekali diaplikasikan dalam kegiatan politik. Kegiatan informal ini bersifat penting karena hasil lobi tersebut kemudian dapat di perkuat melalui pembicaraan formal dalam rapat politik, persidangan dan forum musyawarah, selanjutnya memberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi disekitarnya, mendidik masyarakat terhadap arti dan signifikansi fakta yang ada, menyediakan diri sebagai platform untuk menampung masalah-masalah politik sehingga bisa menjadi wacana dalam memberikan opini publik, dan mengembalikan hasil opini itu kepada masyarakat.

Sekretaris Partai Nasdem Tapanuli Tengah (narasumber II) juga menegaskan bahwa peran ketua partai membuat publikasi yang ditujukan kepada pemerintah dan lembaga-lembaga politik, serta membantu agar kebijakan dalam program-program lembaga politik dapat dialurkan kepada media massa.

Menurut Arifin (2016) Ketua partai dapat memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha-usaha yang dilakukan lembaga politik maupun dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat, melakukan sosialisasi tentang kebijakan, program dan tujuan lembaga politik, memberi motivasi kepada politisi, fungsionaris, dan para pendukung partai.

Arifin (2016) juga menegaskan bahwa ketua partai bertugas menjadi platform yang bisa menampung ide-ide masyarakat, sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam bentuk opini public, serta mendidik masyarakat dengan pemberian informasi, sosialisasi tentang cara-cara pemilihan umum dan

penggunaan hak mereka sebagai pemberi suara. Selain itu memupuk integrasi dengan mempertinggi rasa kebangsaan guna menghindari konflik dan ancaman berupa tindakan saporitis yang mengancam persatuan nasional, menciptakan iklim perubahan dengan mengubah struktur kekuasaan melalui informasi untuk mencari dukungan masyarakat luas terhadap gerakan reformasi dan demokrasi, meningkatkan aktivitas politik masyarakat melalui siaran berita, agenda setting, maupun komentar-komentar politik, dan dapat menjadi *watchdog* dalam membantu terciptanya *good governance* yang transparansi dan akuntabilitas.

Fenomena komunikasi politik tidak berbeda dengan fenomena komunikasi dan fenomena politik. Orang melukiskan, baik komunikasi maupun politik sebagai serbahadir (*ubiquitous*). Artinya, komunikasi dan politik itu berada di manapun dan kapanpun juga. Komunikasi dan politik itu merupakan sesuatu yang serbahadir. Setiap orang berkomunikasi dan berpolitik.

Menjalankan strategi komunikasi politik menghadapi pemilu legislatif membutuhkan perencanaan yang tersusun secara rapih, dan yang terpenting adalah dalam perencanaan yang dibuat memuat sasaran atau target dukungan pemilih. Maksimalisasi komunikasi politik sebagai tema besar dari seluruh rangkaian strategi yang dibangun menjadi mutlak bagi para calon legislatif. Tanpa komunikasi politik yang efektif, maka aktifitas politik akan kehilangan bentuknya. Olehkarena itu, salah satu unsur terpenting dalam komunikasi politik adalah sumber pesan, yaitu seorang pemimpin dituntut untuk menyampaikan pesan yang jelas kepada pendukungnya dan masyarakat luas. Selain itu, calon yang bersangkutan harus tahu saluran atau sarana penyampaian informasi yang tepat.

Strategi politik dengan penanaman image dan brand politik pada masyarakat akan mengarahkan wajib pilih, paling tidak calon legislatif berupaya menanamkan pemikiran-pemikiran politiknya pada masyarakat dan menjadi pertimbangan-pertimbangan politis bagi masyarakat untuk memilihnya pada pemilu legislatif. Image dan brand politik sebagai bagian dari strategi komunikasi politik akan diperkuat nantinya melalui pemanfaatan media untuk secara intens menyuarakan gagasan-gagasan tersebut hingga benar-benar tertanam dikepala masyarakat sebagai pihak penentu kemenangan. Sekaligus, calon legislatif melalui komunikasi politik akan dapat mempengaruhi masyarakat untuk terlibat aktif dalam proses pemilu legislatif.

Agar dapat dukungan masyarakat, partai politik harus mampu meramu komunikasi dengan baik, sehingga masyarakat terhipnotis dan menentukan pilihannya ke salah satu partai. Taktik komunikasi adalah pedoman pelaksanaan dan *planning* dalam mengatur pola hubungan komunikasi untuk menggapai target yang diinginkan. Pentingnya taktik berstrategi dalam kontestasi politik menentukan berhasil tidaknya sebuah partai. Strategi kemenangan yang digunakan dapat dilakukan dengan pendekatan interpersonal. Dianggap berhasil karena pendekatan dengan langsung menemui audien (*face to face*) kedetakan emosionalnya akan lebih terbentuk antara caleg dengan konstituen. Penentuan strategi komunikasi politik yang tepat sasaran akan memudahkan seorang kandidat atau sebuah partai dalam mempengaruhi hati masyarakat pemilih untuk meraup suara.

Penyebaran pesan lewat media massa dinilai paling efektif dalam penyebaran informasi persuasi. Materi pesan politik yang disampaikan caleg adalah solusi atas permasalahan yang dihadapi masyarakat. Pesan politik harus menyertakan visualisasi mengenai dampak positif atas respons tertentu yang diharapkan muncul dari masyarakat pemilih. Melalui pesan politik ini, masyarakat akan merasa dekat dan memiliki sikap positif terhadap caleg tersebut. Sedangkan dari sisi struktur pesan, perlu menyertakan sisi pesan, susunan penyajian dan pernyataan kesimpulan agar pesan politik yang disampaikannya efektif mempengaruhi masyarakat pemilih.

Modal ekonomi sebagai salah satu modal yang khusus dikaitkan dengan kemampuan ekonomi yang dimiliki oleh seorang kandidat, ketika ikut mencalonkan diri sebagai calon legislatif. Modal ekonomi terkait dengan kekayaan atau kemampuan finansial yang dimiliki oleh para kontestan pemilu untuk maju dan terlibat dalam proses pemilihan umum berlangsung. Pada sebuah kontestasi pemilihan umum modal ekonomi yang dimiliki, tidak hanya bersumber dari kekayaan pribadi melainkan dapat berasal atau bersumber dari dana-dana sumbangan pengusaha yang turut mencari keuntungan dari proses pemilu berlangsung.

Dilihat perkembangan demokrasi pasca reformasi proses Pemilu menjadi sebuah proses reproduksi kekuasaan yang membutuhkan biaya cukup besar. Tuntutan akan modal ekonomi menjadi sebuah tuntutan yang tidak dapat dipungkiri. Hal ini terkait dengan besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh seorang kandidat dalam sebuah proses yang ada, mulai dari tahap pencapaian

menjadi calon legislatif pada tingkat partai sampai pada proses pemilu, sehingga biaya-biaya "ekstra" terkadang harus dikururkan oleh setiap para kontestan.

Selain itu, modal ekonomi bisa menjadi persyaratan utama ketika individu yang mencalonkan diri sebagai calon legislatif tidak berasal dari internal partai. Namun pada proses pemilu (masa kampanye) para caleg pun harus mengeluarkan biaya yang sangat besar, sehingga dalam pengeluaran ini terkait dengan pembiayaan proses pelaksanaan kampanye. Misalnya, untuk biaya pencitraan baik melalui media maupun melalui baliho, spanduk, brosur dan sebagainya. Untuk membiayai proses kampanye, pengeluaran yang tidak diduga terjadi terkait dengan sosialisasi yang melibatkan masyarakat dengan memberikan uang transport, sebagai upaya untuk membangun relasi dengan para (calon) pendukungnya. Bahkan tidak tanggung-tanggung para kandidat membayar para pendukung untuk berpihak pada dirinya, ketika melakukan mobilisasi dukungan pada saat menjelang dan berlangsungnya masa kampanye.

Oleh karena itu, tidak jarang ditemui bahwa dalam proses kompetisi elektoral, terdapat kandidat-kandidat yang berusaha memenangkan proses pemilu yang ada, dengan mengeluarkan sejumlah uang untuk mempengaruhi atau "membeli" suara para pemilih. Terlepas dari berbagai hal tersebut, modal ekonomi secara mendasar mempunyai arti dan makna yang sangat penting, sebagai penggerak dan pelumasmesin politik yang dipakai oleh tim sukses. Dengan demikian, setiap kampanye seorang calon legislatif membutuhkan uang yang cukup besar, untuk membiayai berbagai kebutuhan seperti mencetak poster,

baliho, membayar iklan, menyewa kendaraan untuk mengangkut para pendukung dan berbagai kebutuhan lainnya.

Modal ekonomi pada prinsipnya sangat berguna untuk menentukan langkah gerak dan majunya bagi seorang caleg, untuk menuju kemenangan dalam mekanisme pemilu secara langsung yang pelaksanaannya terus dilakukan dalam lima tahun sekali. Hal ini menjadi penting karena sifat pencalegan adalah individu dan tidak lagi menggunakan sistem nomor urut, sehingga masing-masing caleg melakukan sosialisasi dan berkampanye secara mandiri di daerah yang menjadi pilihannya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada narasumber III bahwa sumber dana dalam melakukan kegiatan sosial dan mensosialisasikan partai serta calon anggota legeslatif berdasarkan kontribusi dari beberapa sumber diantaranya, dana partai, dana dari calon anggota legeslatif sesuai dapilnya masing-masing, calon anggota legeslatif tingkat I dan DPR RI, atau anggota DPD yang mencari dukungan, serta sejumlah elemen dan simpatisan partai yang ingin berperan serta dalam melakukan kegiatan sosial dan sosialisasi partai serta calon anggota legeslatif. Sumber dana tersebut akan setorkan dan di kelola oleh bendahara partai, kemudian dalam melakukan sosialisasi unsur-unsur dan calon anggota legeslatif yang berpartisipasi di hadapan untuk memperkenalkan kepada khalayak akan calon calon anggota legeslatif dari partai Nasdem, dengan harapan khalayak dapat memilih mereka pada TPS. Besarnya anggaran dana yang direncanakan dan akan disalurkan, dan akan disesuaikan dengan anggaran yang direncanakan

melalui rapat bersama dengan pengurus-pengurus partai dan elemen partai yang akan dipromosikan kepada khalayak.

4.2.4. Evaluasi Partai Nasdem Tapanuli Tengah Dalam Menghadapi Pemilu 2024

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan momen untuk menyalurkan aspirasi masyarakat terhadap pemerintah, yang berpeluang untuk menentukan siapa yang akan mewakili di pemerintahan, baik di lembaga legislatif maupun eksekutif. Pemilu digelar oleh pemerintah dengan tujuan menyeleksi para pemimpin pemerintah dan publik. Pemilu merupakan sarana menggerakkan rakyat terhadap pemerintah dan negara dalam menjalankan proses politik melalui partai politik yang ditetapkan oleh pemerintah.

Setiap partai politik memiliki visi dan misi bersaing untuk tampil di depan publik dalam merebut hati rakyat. Partai politik harus memiliki strategi komunikasi politik untuk membentuk citra positif partai agar dapat bersaing dengan partai lain. Politik dipandang sebagai alat dalam mempertahankan serta mendapatkan kekuasaan yang mempengaruhi banyak orang/audiens. Setiap orang berhak berpolitik, sebab setiap orang berhak membela pembangunan masyarakat dalam segala aspek kehidupan bermasyarakat. Sebagaimana tercantum dalam UUD 1945 dalam Pasal 28 yang menyatakan bahwa “kebebasan berserikat dan berkumpul untuk menyatakan pikiran secara lisan dan tertulis, dan lain-lain”. diatur oleh undang-undang”. Oleh sebab itu ada beberapa hal yang menjadi bahan evaluasi Partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi Pemilu tahun 2024 diantaranya:

a. Modal Politik

Secara teoritis modal politik yaitu berupa dukungan dari partai yang dilakukan secara kelembagaan, dan aturan partai yang mempunyai kedekatan dengan elite jabatan di struktural partai, sehingga loyalitasnya terhadap partai tidak diragukan dan disangsikan lagi. Berdasarkan kedekatan dengan elit serta jabatan di struktural partai, para kontestan ini bisa dipilah menjadi dua kategori yaitu kader yang berpindah partai, dan kader partai yang setia atau loyalis.

Kader yang berpindah partai. Artinya kader yang pindah partai sering terjadi, karena ketatnya persaingan di partai lama yang pada umumnya terjadi di partai besar, sehingga peluang untuk dicalleg-kan atau menempati urutan atas akan mempunyai peluang cukup kecil. Hanya yang terjadi dalam perpolitikan di Indonesia bukan ke partai yang sudah mapan, melainkan ke partai yang masih tergolong muda, atau partai yang baru saja dibentuk. Hal tersebut dapat dipahami, bahwa partai-partai baru yang menjadi tumpuan harapan kader yang pindah ini, yaitu partai-partai yang menunjukkan prospek cerah ke depan. Parta-partai baru tersebut masih kekurangan sumber daya politisi yang berpengalaman, terutama di daerah sehingga politisi dari partai lain bisa diterima dengan tangan terbuka.

Kader partai yang setia atau loyalis. Ada beberapa alasan mengapa seorang politisi tetap loyal dalam partainya yaitu pada umumnya seorang politisi mempunyai posisi yang cukup penting dan mapan dalam partai tersebut. Oleh karena itu, karir politik yang diperoleh melalui usaha yang cukup panjang, sehingga bisa menempati posisi sebagai pengurus teras, mulai dari sekretaris tingkat satu atau tingkat dua bahkan ketua untuk tingkat kabupaten, kecamatan

dan ketua tingkat provinsi dan soliditas antar pengurus dalam internal partai sehingga menjamin berjalannya proses kaderisasi secara terbuka dan transparan.

Kedua kategori tersebut dapat memberikan dukungan dari partai yang dilakukan secara kelembagaan, dan aturan partai yang mempunyai kedekatan dengan elite jabatan di struktural partai. Jadi modal politik merupakan bagian yang terpenting dan cukup signifikan bagi para kontestan tersebut. Kendatipun secara umum hubungan politik berasal dari jaringan sosial, yang melekat pada relasi-relasi sosial dan kepercayaan, yang sudah terbangun diantara kedua pihak antara calon legislatif dengan masyarakat atau pemilih. Jika hubungan yang sebelumnya hanya bersifat biasa-biasa dengan didasarkan pada relasi dan kepercayaan, maka selanjutnya dijadikan sebagai dasar untuk membangun hubungan politik.

b. Modal Sosial

Modal sosial adalah faktor yang sangat menentukan dalam kontestasi politik di daerah pilihan dimanapun berada. Dilihat kultur dan budaya masyarakat daerah ini terdiri dari kaum santri, abangan santri dan abangan, maka interaksi dan perilaku sehari-hari masyarakat yang masih kental dengan nuansa Islami yang lekat dengan tokoh agama. Para tokoh masyarakat di daerah ini mempunyai pengaruh yang bisa menjadi sosok perekat solidaritas dan peredam konflik. Para tokoh atau orang memiliki jabatan (Mantan Kades, mantan Camat, Kiai, Ustad, Guru, Ketua Adat) di daerah dalam kehidupan sehari-hari cukup disegani dan dituruti kata-katanya, sehingga mempunyai basis massa yang luas dan cukup

loyal. Mengingat Barus adalah gerbang masuknya Islam ke Sumatera, serta pengaruh adat yang masih cukup tinggi di Tapanuli Tengah.

Berdasarkan wawancara dengan narasumber IV bahwa calon anggota legeslatif dari partai Nasdem semuanya memiliki modal sosial cukup besar dan signifikan, yaitu sebagai tokoh masyarakat di daerahnya masing-masing. Sementara caleg yang terpilih di semua daerah pemilihan merupakan tokoh masyarakat, sekaligus sebagai putra daerah yang sudah cukup dikenal di lingkungan organisasi masyarakat. Jika dilihat dari posisinya para caleg yang terpilih, Para caleg yang paling kuat dibanding dengan kompetitornya, baik di internal partai maupun eksternal. Selain incumbent yang mempunyai kedudukan juga sebagai tokoh masyarakat, sehingga tetap mempunyai pengaruh terhadap basis massa di desa, serta seluruh kecamatan di daerah yang menjadi pilihannya.

Partai Nasdem merupakan Partai yang lahir dari organisasi sosial demokrasi nasional yang dipimpin oleh Surya Paloh. Lahirnya partai Nasdem tidak lepas dari visi dan misi utama organisasi demokrasi nasional, yaitu menggalang gerakan Perubahan Restorasi Indonesia. Restorasi Indonesia merupakan gerakan yang bertujuan mengembalikan, dan memajukan fungsi pemerintahan Indonesia dalam cita-cita proklamasi 1945. Nasdem bertekad memajukan Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui empat cara yaitu yaitu memperbaiki, mengembalikan, memulihkan, dan mencerahkan.

Pada tanggal 7 Januari 2013, Nasdem memenuhi persyaratan verifikasi faktual di semua provinsi. Visi Nasdem adalah mengembalikan tujuan negara sebagaimana tertuang dalam Pembukaan UUD 1945, yaitu negara yang merdeka,

bersatu, berdaulat, adil dan makmur. Kenaikan suara signifikan yang diperoleh partai Nasdem menunjukkan bahwa sebuah partai memiliki strategi komunikasi politik dalam kemenagannya. Strategi komunikasi yang tepat dapat membuat partai politik mempertahankan eksistensinya dalam proses pemilihan umum. Sebab strategi yang tepat akan menentukan hasil yang baik, karena setiap peperangan tanpa strategi ibarat membuang garam ke dasar samudra.

Berdasarkan tahapan perencanaan komunikasi strategis, pencarian data awal atau melakukan riset menjadi dasar pertimbangan, untuk menentukan tahapan yang dilakukan supaya tujuan dapat tercapai. Untuk mencapai tujuan tahapan perencanaan komunikasi strategis ada dua faktor penting yang digunakan sebagai langkah dalam merumuskan strategi pesan yaitu tujuan apa yang harus dicapai. Artinya ada beragam tujuan yang bisa dicapai dengan menggunakan program kampanye, dan daya tarik seorang komunikator yang dapat memikat dan mempengaruhi minat publik.

Melakukan komunikasi persuasif seorang komunikator harus mampu membujuk dan mengarahkan kepada orang lain, terhadap isi pesan yang seseorang akan memproses komunikasi yang dikirim. Ada dua hal yang bisa mempengaruhi bagaimana komunikasi persuasif tersebut diproses, yaitu motivasi yang disampaikan, isi pesan politik yang akan disampaikan kepada public. Keberhasilan seorang calon legislatif dalam mempengaruhi pemilih sangat bergantung pada kemampuannya mengkondisikan isi pesan politik yang akan disampaikan kepada publik. Persoalannya, apakah isi pesan tersebut menjadi satu

kesatuan yang tidak disadari oleh semua calon legislatif, terutama ketika hendak menulis pesan politik bagi konstituennya.

Pesan kandidat yang cepat diterima masyarakat adalah isi pesan yang bersumber dari kondisi yang sebenarnya terjadi di masyarakat. Kedekatan isi pesan yang dikonstruksi oleh para kandidat dengan permasalahan yang dihadapi masyarakat membuat masyarakat merasa sangat dekat dengan para kandidat yang sesuai dengan harapannya dapat berjuang dan mencari solusi atas berbagai permasalahan yang dihadapinya. Oleh karena itu, pesan komunikasi politik harus mudah diakses oleh publik, karena dalam masalah yang sama selalu dipilih yang paling mudah, yang tidak membutuhkan terlalu banyak tenaga atau uang.

Pesan yang disampaikan juga harus menggunakan tanda dan sarana yang menghadirkan perbedaan yang nyata (kontra) dengan situasi di sekitarnya, sehingga tampak atau terdengar sangat jelas dan mudah ditangkap oleh indera. Mengangkat persoalan masalah keperluan seorang petani diantaranya, benih padi, pupuk dan pemasarannya serta program sembako murah atau pendidikan gratis, serta infrastruktur jalan adalah isu-isu yang kerap menjadi bahan bagi setiap calon dalam menyusun pesan politik untuk mendekati diri dengan pemilih.

Sedangkan isu-isu khusus seringkali berasal dari permasalahan spesifik atau khalayak tertentu dalam masyarakat, misalnya isu etnis minoritas, kebebasan beragama atau moralitas masyarakat. Isu-isu yang sifatnya umum dan sering kali diangkat oleh beberapa caleg yang kini menjadi anggota dewan, keuntungannya bisa diterima oleh semua lapisan masyarakat. Kendatipu hanya bersifat retorika normatif yang disampaikan berulang-ulang oleh para caleg, Tetapi dapat dijadikan

solusi atas persoalan yang sebenarnya terjadi di masyarakat. Sedangkan isu-isu yang bersifat spesifik yang diangkat oleh caleg itu, meski hanya kekurangannya dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat, namun menjadi sangat efektif dan mempengaruhi masyarakat.

Efektivitas kedua penggolongan isu tersebut, sangat ditentukan dekatnya pesan politik caleg dalam memvisualisasikan kondisi riil masyarakat, sehingga memberikan alternatif pilihan solusi yang dapat menggugah sikap positif masyarakat terhadap caleg yang bersangkutan. Artinya, isu spesifik yang disampaikan caleg belum tentu dapat membentuk sikap positif masyarakat pemilih, selama caleg yang bersangkutan tidak dapat memvisualisasikan identifikasi dan solusi permasalahan yang dihadapi masyarakat. Sebaliknya isu yang bersifat umum bisa saja mempengaruhi masyarakat tertentu, apabila pesan politik yang dibangun caleg mampu mendekatkan dengan persoalan yang benar-benar terjadi di masyarakat dan mengajak masyarakat untuk mengatasinya.

Hal ini benar-benar dikuasai oleh Partai Nasdem Tapanuli Tengah. Oleh sebab itu Bakhtiar Ahmad Sibarani mengatakan "Target kita tidak banyak, yaitu target kejujuran saja. Kalau ada partai lain menargetkan 8 kursi, 12 kursi dengan komposisi calegnya, silahkan. Target kami tidak banyak, 70 persen DPRD Tapteng diisi oleh Partai Nasdem". Menurutnya 35 Calon Legislatif (Caleg) DPRD Tapteng yang sudah didaftarkan ke KPUD pada tanggal 11 Mei 2023, merupakan para Caleg Nasdem yang sudah dikenal di tengah-tengah masyarakat, mereka sudah punya modal dikenal masyarakat. Baik itu, modal turun ke lapangan maupun punya modal untuk operasional.

Pelaksanaan kegiatan komunikasi politik yang dilakukan masing-masing kandidat calon anggota legeslatif Partai Nasdem Tapanuli Tengah menggunakan model interaksional yang menentukan pada proses komunikasi dua arah diantara para komunikator. Komunikasi yang digunakan komunikasi dua arah, baik dari pengirim ke penerima maupun sebaliknya dari penerima ke pengirim, sehingga terjadi interaksi timbal balik antara keduanya dan seterusnya, terjadi proses melingkar yang menandakan bahwa komunikasi berlangsung, demikian ungkapan narasumber II dan narasumber III.

Pada komunikasi persuasi yang dilakukan secara interaksional, pada dasarnya antara komunikator dan komunikan mengembangkan potensi manusiawi melalui interaksi sosial dengan mengambil peran orang lain. Oleh karena itu, model interaksi ini antara komunikator (sumber) dan komunikan (penerima) ini memiliki kedudukan yang setara. Satu elemen penting untuk model interaksional ini adalah umpan balik (*feed back*) atau respon terhadap suatu pesan. Namun, komunikasi tatap muka dapat terjadi ketika komunikator dan komunikan saling berhadapan, sehingga mereka dapat saling melihat. Dengan kata lain, komunikasi tatap muka yang akan dilakukan calon anggota legeslatif partai Nasdem Tapanuli Tengah dapat disebut komunikasi langsung.

Pendekatan caleg partai Nasdem untuk mememangkan pemilu tahun 2024 bertemu langsung dan bertatap muka dengan masyarakat pemilih (konstituen) di daerah pemilihannya masing-masing. Pertemuan yang bisa dilakukan melalui berbagai tempat baik secara langsung, mendatangi dari rumah kerumah masyarakat pemilih (*door to door*), atau didalam tempat acara pertemuan

kelompok pengajian, dan pertemuan di berbagai kesempatan lainnya. Pada pertemuan secara langsung yang bersifat resmi seperti undangan di sebuah tempat yang layak, maka para ketua kelompok pengajian atau kelompok tani dan para ketua paguyuban kepala desa yang diundang harus dapat bertemu secara langsung. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi secara kelompok ini akan ditemui beberapa individu yang tetap sulit menerima, sehingga selanjutnya dilakukan pendekatan komunikasi secara personal yang bisa dilakukan dimana saja, misalnya di sawah, di empang, ditengah hutan atau ditempat yang biasa digunakan masyarakat untuk berkomunikasi. Bahkan caleg partai Nasdem Tapanuli Tengah harus bersedia berkomunikasi empat mata dengan para petani dan masyarakat lain.

Stragi inilah yang meyakinkan ketua DPD Partai Nasdem Tapanuli Tengah meyakini bahwa 70% kursi DPRD Kabupaten Tapanuli Tengah dapat dicapai pada Pemilu tahun 2024 yang akan datang. Oleh sebab itu, sejak calon anggota legeslatif dari Partai Nasdem terdaftar menjadi caleg, maka mereka harus sudah memulai melakukan komunikasi tersebut sebagai bentuk sosialisasi guna mencapai target yang di harapkan Partai Nasdem. Namun calon anggota legeslatif dari Partai Nasdem harus tetap memperhatikan tradisi lokal yang mencerminkan budaya lokal yang sarat dengan nilai-nilai kemanusiaan. Caleg yang berhasil dalam menerapkan strategi pesan politiknya, adalah mereka yang benar-benar menyadari pemikiran masyarakat pemilih dalam memahami pesan politik yang diterimanya. Dengan demikian kesadaran ini bersifat timbal balik dengan pesan

politik yang disusunnya, sehingga menjadi satu kesatuan yang digunakan caleg dalam melaksanakan kegiatan kampanye.

4.3. Pembahasan

Keunggulan pesan kampanye politik caleg, akan ditentukan semakin efektifnya dan berhasilnya mempengaruhi masyarakat pemilih, apabila bersinergi dengan kondisi dan budaya masyarakatnya. Pada komunikasi politik setidaknya ada beberapa syarat yang harus dilakukan yaitu pesan yang direncanakan dan disampaikan dengan metode yang menarik perhatian audiens, pesan harus menggunakan semiotik yang mudah dikenali oleh komunikator dan audiens sehingga keduanya bisa saling memahami, dan pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi target dan menyarankan cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Keempat, pesan harus menyarankan cara untuk memenuhi kebutuhan audiens. Pesan-pesan tersebut jika diterapkan dalam komunikasi politik, maka intensitas pesan politik akan berjalan dengan efektif. Karena sebuah pesan politik menarik perhatian hanya jika membawa harapan atau hasil yang sangat relevan dengan persoalan kebutuhan tersebut.

Pendekatan terhadap masyarakat yang menggunakan model pendekatan secara kultural atau sosial budaya, proses persuasi yang dilakukan harus berdasarkan bahwa pesan-pesan komunikasi dapat digunakan untuk mempengaruhi seseorang. Sumber persuasi yang memanipulasi bahasa dapat dilakukan dengan cara yang berbeda, untuk mendapatkan isyarat kebersamaan antara sumber dan penerima. Manipulasi bahasa banyak yang dilakukan oleh para calon legislatif pada umumnya dengan memperlakukan masyarakat pemilih

(konstituen) seperti warga lainnya tetap menjalin komunikasi yang efektif dan baik sehingga terjadi dan timbul ikatan batin antara keduanya.

Pesan persuasif dengan cara memelihara hubungan komunikasi baik dengan masyarakat pemilih di daerah pemilihan, ternyata dapat diterima dan diingat dengan baik oleh semua informan yang menjadi sumber ketika dilakukan wawancara. Hubungan emosional berupa ikatan batin antara masyarakat tersebut, ternyata membuat hubungan antara komunikator dan komunikan menjadi lebih erat karena merasa tidak ada perbedaan kelas sosial. Komunikasi strategis yang dilakukan caleg, dengan mengoptimalkan berbagai pendekatan budaya yang disesuaikan dengan karakter lokal yaitu memelihara hubungan yang baik supaya terjadi adanya ikatan batin dan tidak membedakan antara masyarakat yang satu dengan lainnya.

Melalui cara menghormati atas undangan yang dilakukan oleh kelompok masyarakat tersebut, setidaknya dapat merubah pandangan dan masyarakat pemilih luluh hatinya dengan pendekatan komunikasi yang dilakukan caleg dengan mendatangi rumahnya, dengan mengunjungi rumahnya tersebut, sebagai langkah terakhir supaya masyarakat pemilih terjadi ikatan batin sehingga memilihnya dalam pemilihan legislative. Perubahan sikap masyarakat yang mempunyai hak pilih di daerah pemilihan pada umumnya menjatuhkan pilihan kepada partai atau kandidat tertentu yang memiliki program, yang berkaitan dengan kepentingan sosial dan demografinya. Para caleg Nasdem Tapanuli Tengah dalam melakukan kontestasi di daerah pilihannya pada pemilu lalu yang berhasil memenangkan pemilu legislatif, ternyata banyak melakukan pendekatan

komunikasi persuasif dengan beberapa tim suksesnya, relawan dan jaringan opinion leaders secara terus menerus bekerja dengan keras dan kesabaran yang dilakukan dengan berbagai cara.

Pendekatan yang dilakukan dengan mendatangi dan melakukan silaturahmi kepada tokoh masyarakat, tokoh agama dan tokoh pemuda dengan menjelaskan visi, misi dan program partai, akhirnya pesan politik yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Pesan yang dapat menimbulkan perhatian adalah pesan yang mudah diperoleh masyarakat, karena itu harus menyolok perbedaannya dengan pesan-pesan yang lain. Kedua hal itu ditunjukkan terutama dalam penggunaan tanda-tanda komunikasi dan penggunaan medium, yang disertai pemberian bantuan berupa kebutuhan yang diperlukan dari beberapa kelompok yang berhasil didatangi tokoh agama dan tokoh pemuda.

Perubahan sikap masyarakat yang terjadi karena adanya relevansi tema atau materi program yang cenderung berlangsung lama, sehingga sulit berubah dan perilaku yang muncul mudah diperkirakan. Perubahan sikap masyarakat yang terjadi karena adanya relevansi tema atau materi program yang cenderung berlangsung lama, sehingga sulit berubah dan perilaku yang muncul mudah diperkirakan. Perubahan sikap pada para pemilih (masyarakat) sebenarnya muncul dalam bentuk perubahan sikap mereka, yang pada awalnya tidak tertarik terhadap kebijakan atau program partai dan calegnya, namun setelah mengerti apa yang akan disampaikan dan diperjuangkan akhirnya mempunyai sikap untuk memiuhnya. Perubahan sikap masyarakat pemilih dapat terjadi ketika program partai dan calegnya, terus menerus melakukan komunikasi politik secara rutin

mendatangi rumahnya, sehingga mendapat perhatian setelah dilakukan pendekatan komunikasi persuasif oleh para caleg Nasdem dan tim suksesnya secara terus menerus hingga menjelang pemilihan.

Perubahan sikap masyarakat pemilih seperti ini sangat terkait dengan pendekatan komunikasi yang dilakukan caleg, melalui pendekatan budaya dengan menghormati dan memanusiakan dalam memperlakukan mereka seperti dengan masyarakat lainnya. Komunikasi politik yang bertujuan mengubah sikap khalayak kepadanya harus disodorkan konsepsi yang positif, bukan konsepsi yang negatif, memberikan hal-hal yang baik kepada khalayak yang sama sekali tidak mencela pendapat-pendapat dan sikap-sikapnya selama ini.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara, maka dapat peneliti simpulkan hasil penelitian ini bahwa strategi komunikasi Partai Nasdem Tapanuli Tengah dalam menghadapi Pemilu tahun 2024 dengan pendekatan terhadap masyarakat yang menggunakan model pendekatan secara kultural atau sosial budaya, proses persuasi yang dilakukan harus berdasarkan bahwa pesan-pesan komunikasi dapat digunakan untuk mempengaruhi seseorang.

Melakukan pesan persuasif dengan cara memelihara hubungan komunikasi baik dengan masyarakat pemilih di daerah pemilihan, ternyata dapat diterima dan diingat dengan baik oleh semua informan yang menjadi sumber ketika dilakukan wawancara. Hubungan emosional berupa ikatan batin antara masyarakat tersebut, ternyata membuat hubungan antara komunikator dan komunikan menjadi lebih erat karena merasa tidak ada perbedaan kelas sosial. Komunikasi strategis yang dilakukan caleg, dengan mengoptimalkan berbagai pendekatan budaya yang disesuaikan dengan karakter lokal yaitu memelihara hubungan yang baik supaya terjadi adanya ikatan batin dan tidak membedakan antara masyarakat yang satu dengan lainnya.

Pendekatan yang dilakukan dengan mendatangi dan melakukan silaturahmi kepada tokoh masyarakat, tokoh agama dan tokoh pemuda dengan menjelaskan visi, misi dan program partai, akhirnya pesan politik yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Pesan yang dapat menimbulkan

perhatian adalah pesan yang mudah diperoleh masyarakat, karena itu harus menyolok perbedaannya dengan pesan-pesan yang lain. Kedua hal itu ditunjukkan terutama dalam penggunaan tanda-tanda komunikasi dan penggunaan medium, yang disertai pemberian bantuan berupa kebutuhan yang diperlukan dari beberapa kelompok yang berhasil didatangi tokoh agama dan tokoh pemuda.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang peneliti lakukan, maka saran-saran yang dapat peneliti berikan diantaranya:

1. Komunikasi politik yang dibangun hendaknya dapat dijaga dengan baik, artinya ketika calon anggota DPRD terpilih, maka komunikasi kepada khalayak harus tetap dijaga dengan mendengarkan dan melaksanakan aspirasi rakyat.
2. Calon anggota legislatif tetap harus menyadari bahwa dirinya adalah perwakilan rakyat untuk pemerintah, oleh sebab itu upaya untuk membangun masyarakat menuju masyarakat adil dan makmur serta sejahtera harus menjadi tujuan utama.
3. Partai Nasdem Tapanuli Tengah pada periode yang lalu telah menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, oleh sebab itu upaya ini harus terus ditingkatkan guna mencapai target-target pemilu dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Zein. (2014). *Strategi Komunikasi Politik dan Penerapannya*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Anshori, Akhyar, dan Rudianto, *Komunikasi Organisasi Antar Budaya di Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Sumatera Utara*, Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 5. No. 1, Januari 2021 Di akses pada hari kamis, 06 April 2023 pada <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi>.
- Arifin, Anwar. (2016). *Komunikasi Politik, Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik di Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Basri, Hasan. *Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Nasdem Pada Pemilu Legislatif Aceh Tenggara 2019*” Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 10, No. 1, Juni 2021. Di akses pada hari Kamis, 06 Juli 2023 pada <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi>.
- Budhiarjo, Miriam. (2017). *Pengantar ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia
- Cangara, Hafied. (2018). *Komunikasi Politik: Konsep, teori dan Strategi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- _____. (2019). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi Politik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Clymer Rodee, Carton. (2012). *Pengantar Ilmu Politik*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana, (2016), *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Firmanzah. (2018). *Mengelola Partai Politik: Persaingan dan Positioning Idiologi Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Gaffar, Afan.(2016). *Politik Indonesia*.Yogyakarta : Puataka Pelajar.
- Hasan, Kamaruddin. *Komunikasi Politik dan Pecitraan (Analisis Teoritis Pecitraan Politik di Indonesia)* Jurnal komunikasi Volume 2, No. 4, Desember 2019. Di akses pada hari Kamis, 06 Juli 2023 pada <http://wikipedia.org/wiki/partai.politik>.

- Heryanto, Gun Gun dan Ade Rina Farida. (2015). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Lemlit UIN Jakarta.
- Hidayat, Fadhil Pahlevi, dan Lubis Faizal Hamzah, *Literasi Media Dalam Menangkal Radikalisme Pada Siswa*. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 5. No. 1, Januari 2021 Di akses pada hari kamis, 06 April 2023 pada <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi>.
- Kencana, Syafiiie Inu. *Ilmu Politik Pasca Reformasi*. Jurnal Ilmu Politik, Vol. 04, No. 1, Januari 2021. Di akses pada hari Kamis, 06 Juli 2023 pada. <http://jurnal.unps.dot.com./index.php/interaksi>
- Lubis, Faizal Hamzah, *Analisis Semiotika Billboard Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Medan 2015*, Vol 1. No 1. 2017. Di akses pada hari kamis, 06 April 2023 pada <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi>.
- Markus, Gunawan. (2016). *Buku Pintar Calon Anggoa Legislatif*. Jakarta: Visimedia.
- Molleong, Lexy J. (2010) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Narbuko, Cholid .*et.all.* (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nimmo, San (2016). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pito, Andrianus, dkk. (2014). *Mengenal Teori-Teori Politik*, Bandung: Penerbit Nuansa.
- Roni, Tabroni. *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Vol. 04, No. 1, Januari 2021. Di akses pada hari Kamis, 06 Juli 2023 pada. <http://jurnal.unps.dot.com./index.php/interaksi>
- Sastrosatmodjo, Sudjono (2015). *Perilaku Politik*. Semarang: Lentera Ilmu.
- Sudianto. *Komunikasi Politik Dan Janji-Janji Palsu Pemenang Pemilu 2019*, Jurnal Ilmu Politik, Vol. 08, No. 2, Juni 2020. Di akses pada hari Kamis, 06 Juli 2023 pada. <http://jurnal.detik.dot.com./index.php/interaksi>
- Sugiyono, (2013). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Surbakti, Ramlan . (2013). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo Press.

- Sutisna. *Perilaku Partai dan Anggota Legeslatif Pemenang Pemilu Pasca Menjadi Pemenang Pemilu*. Jurnal Ilmu Politik, Vol. 08, No. 2, Juni 2020. Di akses pada hari Kamis, 06 Juli 2023 pada. <http://jurnal.detik.dot.com./index.php/interaksi>
- Ulber, Silalahi. *Pola Komunikasi Partai Politik Dalam Menghadapi Pemilu, Pilpres, dan Pilkada*. Jurnal Ilmu Politik, Vol. 08, No. 2, Juni 2020. Di akses pada hari Kamis, 06 Juli 2023 pada. <http://jurnal.detik.dot.com./index.php/interaksi>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. Identitas Diri

Nama : **HASIM RAHMAN PASARIBU**
NPM : 1903110306
Tempat Tgl. Lahir : Desa Pasar Sorkam, 16 November 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Lajang
Alamat : Jl. Guru Sinumba 1 Sorkam.
Nama Orangtua
a. Ayah : Hasdar Ependi
b. Ibu : Hamidah Tanjung

B. Jenjang Pendidikan :

1. SDN 15410 Pasar Sorkam 2 Tamat Tahun 2013.
2. SMP Negeri 2 Sorkam Barat Tamat Tahun 2016.
3. SMK Negeri 3 Sibolga Tamat Tahun 2019.
4. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tamat Tahun 2023.

DOKUMENTASI PENELITIAN

Wawancara dengan ketua DPD Partai Nasdem Tapanuli Tengah Saudara Khairul Kiyedi Pasaribu



Wawancara dengan sekretaris DPD Partai Nasdem Tapanuli Tengah Saudara Abdul Basir Situmeang



Wawancara dengan bendahara DPD Partai Nasdem Tapanuli Tengah Saudara
Josua Marudutua Habeahaan

DAFTAR WAWANCARA

JUDUL SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI NASDEM TAPANULI TENGAH DALAM MENGHADAPI PEMILU TAHUN 2024

1. Bagaimana Partai Nasdem menghimpun dan menetapkan kandidat sebagai calon anggota legeslatif di Tapanuli Tengah pada pemilu tahun 2024?
2. Apa saja perencanaan yang disusun Partai Nasdem dalam mensosialisasikan partai dan anggota legeslatif di Tapanuli Tengah pada pemilu tahun 2024?
3. Pada umumnya sebuah partai memiliki tempat-tempat yang menjadi basis mendulang suara dominan, adakah lokasi dan tempat-tempat yang mendominasi Partai Nasdem di Tapanuli Tengah pada pemilu tahun 2024?
4. Adakah perbedaan yang dilakukan dalam membangun komunikasi politik Partai Nasdem pada daerah-daerah tertentu tersebut?
5. Pada umumnya sebuah partai tidak lepas dari kegiatan sosial, bagaimanakah rencana bentuk-bentuk kegiatan sosial yang akan diterapkan Partai Nasdem di Tapanuli Tengah dalam menghadapi pemilu tahun 2024?
6. Apakah ketua partai harus senantiasa ikut aktif dalam mensosialisasikan partai dan calon anggota legeslatif dari Partai Nasdem?
7. Bagaimana anggaran biaya yang harus dikeluarkan pada setiap kegiatan sosial, dan misi mensosialisasikan partai serta calon anggota legeslatif dari Partai Nasdem di Tapanuli Tengah?
8. Apa saja yang menjadi bahan evaluasi Partai Nasdem di Tapanuli Tengah dalam menghadapi pemilu tahun 2024?
9. Adakah target yang diharapkan Partai Nasdem di Tapanuli Tengah pada pemilu tahun 2024?
10. Apa alasan untuk pencapaian tersebut dapat terjadi dengan strategi komunikasi yang akan dilakukan Partai Nasdem di Tapanuli Tengah dalam menghadapi pemilu tahun 2024?



MSU

Cerdas | Terpercaya

Surat ini agar disebutkan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
🌐 <https://filsip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📱 [umsu.ac.id](https://www.facebook.com/umsu.ac.id) 📷 [umsu.ac.id](https://www.instagram.com/umsu.ac.id) 📺 [umsu.ac.id](https://www.youtube.com/umsu.ac.id) 📺 [umsu.ac.id](https://www.youtube.com/umsu.ac.id)

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 14 Maret 2023.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Hasim Rahman Pasaribu
N P M : 1903110300
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 133.0 sks, IP Kumulatif 3.28

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi Politik Partai Nasional Terpercaya Kengah dalam Menghadapi Pemilu Tahun 2024	 14 Maret 2023
2	Komunikasi organisasi pemimpin dan gaya kepemimpinan DPD Partai Nasional dari Masa ke masa	
3	Urgensi komunikasi politik dalam memengaruhi kandidat kepala daerah (Studi kasus partai Nasional pada pemilihan kota medan tahun 2020)	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik / Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

01 III.19.311

Pemohon

(Hasim Rahman Pasaribu)

Medan, tgl. 15 Maret 2023

Ketua,

()
NIDN:

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi.....

NIDN: ANIRAK ADDEA W



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU

Cerdas | Terpercaya

Agaklah surat ini agar disebutkan
 dan tanggalnya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id>

fisip@umsu.ac.id

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
 DAN PEMBIMBING**

Nomor : 488/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 14 Maret 2023, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **HASIM RAHMAN PASARIBU**
 N P M : 1903110306
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023
 Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI NASDEM
 TAPANULI TENGAH DALAM MENGHADAPI PEMILU TAHUN
 2024**

Pembimbing : **Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.**

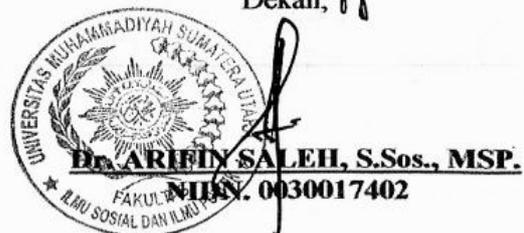
Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 111.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 14 Maret 2024.

Ditetapkan di Medan,
 Pada Tanggal, 23 Sya'ban 1444 H
 16 Maret 2023 M

Dekan,



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JMSU

Intelligent | Cerdas | Terpercaya

Perjajwab surat ini agar disebutkan
dan tanggalnya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id>

fisip@umsu.ac.id

[umsu.ac.id](https://www.facebook.com/umsu.ac.id)

[umsu.ac.id](https://www.instagram.com/umsu.ac.id)

[umsu.ac.id](https://www.youtube.com/umsu.ac.id)

[umsu.ac.id](https://www.tiktok.com/umsu.ac.id)

Nomor : 1443/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2023
Lampiran : --
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 24 Muharram 1445 H
10 Agustus 2023 M

Kepada Yth : **Ketua Dewan Perwakilan Daerah Nasdem Tapanuli Tengah**
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami:

Nama mahasiswa : **HASIM RAHMAN PASARIBU**
NPM : 1903110306
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI NASDEM
TAPANULI TENGAH DALAM MENGHADAPI PEMILU TAHUN
2024**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

Dekan

Dr. ARIFIN SAIFULLAH, S.Sos., MSP.
NIDN/0030017402





ISU

as | Terpercaya

anti ini agar disebalkan
alnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

🌐 <https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📺 [umsumedan](#) 📷 [umsumedan](#) 📱 [umsumedan](#) 📠 [umsumedan](#)

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 22 Mei 2023

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Hessia Rachman Poeseribu
N P M : 1903110306
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2023.. tanggal 22 Mei..... dengan judul sebagai berikut :

Strategi komunikasi politik partai NASDEM Tahapan I s/akhir dalam menghadapi pemilu tahun 2024

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proopsosal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

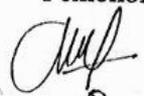
Menyerahi :

Pembimbing


ABRAR ADHANI

NIDN:011117804

Pemohon,


(Hessia Rachman Poeseribu)





UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1061/JUND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

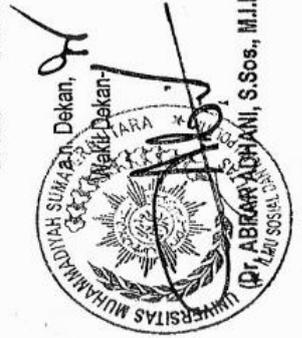


UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jumat, 23 Juni 2023
 Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
 Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
6	HASIM RAHMAN PASARIBU	1903110306	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI NASDEM TAPANULI TENGAH DALAM MENGHADAPI PEMILU TAHUN 2024
7	FEBY AYU ANDIRIA	1903110184	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	BENTUK KOMUNIKASI PEMASARAN DAZED COFFEE DALAM MENINGKAIKAN JUMLAH PENGUNJUNG
8	IRA MARDYAH SIREGAR	1903110151	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	CORRI NOVIRICA AF SINAGA, S.Sos., M.A.	SEMPANGAT NASIONALISME PARA TOKOH DALAM FILM "KADET 1947"
9	TITANIA AUZIVA	1903110190	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	MODEL KOMUNIKASI BISNIS TOKO UD VICTORY RAYA DALAM MENDISTRIBUSIKAN PRODUK ELEKTRONIK DI PROVINSI ACEH
10	LUSI PERMINTASARI	1603110122	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	CITY BRANDING KAMPOENG NUSANTARA LABUHAN BATU UTARA SEBAGAI DESTINASI WISATA JAJANAN TRADISIONAL

Medan, 02 Dzulkhijah 1444 H
 21 Juni 2023 M





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

ISU

das | Terpercaya

jurat ini agar disebarkan
 lainnya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id [umsu](https://www.facebook.com/umsu) [umsu](https://www.instagram.com/umsu) [umsu](https://www.youtube.com/umsu) [umsu](https://www.tiktok.com/umsu)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Hasim Rahman Pasaribu
 NPM : 1903110306
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Politik Partai Nasdam Tapanui Tengah
 Dalam Menghadapi Pemilu Tahun 2024

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	14 Maret 2023	Maminta Paraf Serta Membarilahu Pembimbing Untuk bimbingan Proposal Skripsi.	
2.	2 April 2023	Bimbingan Proposal skripsi Pertama.	
3.	4 April 2023	Bimbingan Proposal skripsi kedua saatigur ACC Proposal skripsi untuk bab 1-3.	
4.	8 April 2023	Bimbingan ketiga saatlah saatigur Seminar Proposal	
5.	9 Agustus 2023	Bimbingan keempat Untuk Panduan Wawancara saatigur ACC Panduan Wawancara.	
6.	6 September 2023	Bimbingan kelima skripsi Untuk penyelesaian bab 4-5.	
7.	12 September 2023	Bimbingan keenam skripsi untuk kelanjutan bab 4-5.	
8.	13 September 2023	Bimbingan ketujuh kelanjutan skripsi bab 4-5 saatigur ACC Sidang maha hijrah.	
9.	14 September 2023	ACC Skripsi	

Medan,20.....



Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(Akhyaer Ansoni, S.Sos.,M.I.kom
 NIDN : 0127018401

(Dr. Abrar Adhani, S.Sos.M.I.Kom
 NIDN : 011117801





Partai NasDem
GERAKAN PERUBAHAN

**DEWAN PIMPINAN DAERAH
PARTAI NasDem
KABUPATEN TAPANULI TENGAH**

Pandan, 23 Agustus 2023

Nomor : 233/SK/DPD-NasDem/TT/VIII/2023
Perihal : **Balasan Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth :
Bapak/Ibu Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di-

Tempat

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Khairul Kiyedi Pasaribu, SKM**
Jabatan : Ketua DPD Partai NasDem Kab. Tapanuli Tengah
Menerangkan bahwa :
Nama : **Hasim Rahman Pasaribu**
NIM : 1903110306

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di kantor DPD Partai NasDem Kab. Tapanuli Tengah dengan judul penelitian “ Strategi Komunikasi Politik Partai NasDem Tapanuli Tengah Dalam Menghadapi Pemilu Tahun 2024”.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

**DEWAN PIMPINAN DAERAH
PARTAI NasDem
KABUPATEN TAPANULI TENGAH**

KETUA

KHAIRUL KIYEDI PASARIBU, SKM

SEKRETARIS

ABDUL BASIR SITUMEANG





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 1722/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Kamis, 21 September 2023
 Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

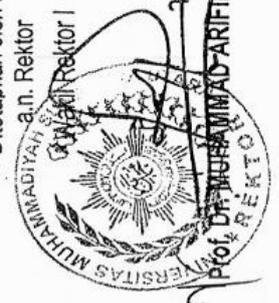


No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
26	HASIM RAHMAN PASARIBU	1903110306	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI NASDEM TAPANULI TENGAH DALAM MENGHADAPI PEMILU TAHUN 2024
27	ALDI PRATAMA	1903110070	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	POLA KOMUNIKSI ENKULTURASI BAHASA ACEH DI KELURAHAN TITI PAPAN MEDAN DELI
28	ALDA RAFIKA SARI	1903110252	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	RAHMANITA GINTING, M.A., Ph.D.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	MAKNA SIMBOLIK MAMINANG (BATIMBANG TANDO) DALAM PROSESI PERNIKAHAN ADAT MINANG PARIAMAN SUMATERA BARAT
29	APRIYANSYAH WIRA NOVAL	1903110033	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMROMOSIKAN PROGRAM INDOPAKET DI PT. INDOMARCO PRISMATAMA CABANG MEDAN
30	VALDERINO	1903110132	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	PENERAPAN DIGITAL MARKETING SCUTO MEDAN GRIYA DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN JASA COATING MOBIL DI KOTA MEDAN

Notulis Sidang :

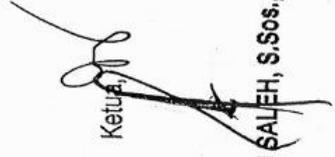
1.

Ditetapkan oleh :
a.n. Rektor



Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN SH, M.Hum

Ketua



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



Panitia Ujian

Sekretaris



Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

Medan, 02 Rabul Awwal 1445 H
18 September 2023 M