

**KOMUNIKASI POLITIK PARTAI NASIONAL DEMOKRAT (NASDEM)
UNTUK PEMILIHAN LEGISLATIF 2014 DI KABUPATEN KUBU RAYA
PROVINSI KALIMANTAN BARAT**

Oleh:

SURYANI

NIM: E02110071

Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Tanjungpura Pontianak
Email: suryani2991@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tidak berjalan efektifnya lembaga-lembaga yang didirikan oleh partai NasDem seperti lembaga garda pemuda dan garda wanita menjadi salah satu penyebab tidak tercapainya target jumlah perolehan suara yang di inginkan partai NasDem. Tujuan didirikan lembaga tersebut memang sudah cukup baik, namun untuk pelaksanaannya belum dapat berjalan sebagaimana semestinya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang dilakukan partai NasDem kabupaten kubu raya untuk pemilihan umum legislatif 2014. Dalam melakukan komunikasi politik partai NasDem menggunakan metode dengan mendirikan lembaga-lembaga untuk melakukan komunikasi atau untuk dapat lebih mendekatkan diri kepada masyarakat, namun lembaga-lembaga tersebut hanya di jadikan sebagai sayap partai politik saja dan hanya di jalankan menjelang pemilihan umum. Maka tidak heran jika jumlah suara yang di peroleh oleh partai NasDem di kubu raya belum bisa mencapai target.

Kata Kunci: Komunikasi, Lembaga, NasDem.

**COMMUNICATION POLITICS NATIONAL DEMOCRATIC PARTY
(NASDEM) FOR THE 2014 LEGISLATIVE ELECTIONS IN THE DISTRICT
KUBU RAYA PROVINCE WEST KALIMANTAN**

By:
SURYANI
NIM: E02110071

ABSTRACT

Political Science Study Program of Faculty of Social and Political Sciences,
University of Tanjungpura Pontianak
Email: suryani2991@yahoo.co.id

Not running effective institutions established by such institutions NasDem party garda youth and women to be one of the causes of not achieving the target number of votes in want NasDem party. The purpose of these institutions had been established well enough, but for its implementation have not been able to walk properly. The purpose of this study was to determine the strategy of the party political communication NasDem district kubu raya for the election of 2014. In NasDem party political communication method, by establishing institutions to communicate or to be able to get closer to the community, but these institutions only made as a wing of any political party and run just before the general elections. So do not be surprised if the number of votes obtained by the party in the district NasDem kubu raya have not been able to reach the target.

Keywords: Communication, Institution, NasDem.

A. PENDAHULUAN

Komunikasi politik sangat berpengaruh pada suatu sistem politik. Pada suatu negara, sistem politik yang sehat harus didukung oleh komunikasi politik yang dijalankan oleh partai-partai politik. Partai politik ini adalah pihak yang dinilai paling bertanggung jawab atas berjalannya komunikasi politik. Fungsi komunikasi politik lebih banyak mengacu pada posisi komunikasi yang paling klasik. Secara umum semua fungsi input yang terdapat dalam suatu sistem politik sosialisasi dan rekrutmen politik, perumusan kepentingan, penggabungan kepentingan, yang dapat menghasilkan peraturan serta kemudian menjalankan peraturan tersebut adalah merupakan bagian dari kajian komunikasi. Secara Sederhana, komunikasi politik di definisikan sebagai proses penyampaian pesan/informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat, dan dari masyarakat kepada pemerintah (Lucyan W. Pye, 1963).

Pada dasarnya mekanisme hubungan partai politik dengan masyarakat sangat sederhana yaitu partai

politik membutuhkan suara pemilih dalam pemilihan umum legislatif. Maka dari itu, partai politik terpaksa harus memperhatikan keinginan para pemilih sebelum mengambil keputusan mengenai program dan kebijakan partai. Artinya, politisi harus mencari informasi tentang kesulitan dan masalah yang sedang dihadapi masyarakat serta kepentingan dan referensi pemilih. Kemudian partai baru bisa menawarkan suatu program politik yang membicarakan persoalan-persoalan yang aktual.

Hubungan dan komunikasi dengan masyarakat yang konsisten dapat menjadi stabilisator bagi partai, sebab pemilih merasa lebih akrab dan tertarik pada partai dan akan memberikan kontribusi kepadanya. Oleh sebab itu partai politik harus berusaha membangun hubungan dengan masyarakat yang stabil.

Partai Nasional Demokrat (NasDem) adalah sebuah partai politik di Indonesia yang baru diresmikan di Hotel Mercure Ancol, Jakarta Utara pada tanggal 26 Juli 2011. Partai ini didukung oleh Surya Paloh yang merupakan pendiri organisasi bernama sama yaitu Nasional Demokrat. Hal ini terlihat dari

bisnis media yang dipimpinnya, Metro TV, yang selalu memberikan berita terbaru seputar aktivitas Partai NasDem. Partai NasDem mungkin akan menjadi satu-satunya partai baru pada pemilu 2014.

Sebagai partai baru nasdem perlu melakukan seluruh persiapan agar semua program penguatan berstruktur partai dan konsolidasi berjalan efektif. Kemudian bagaimana NasDem bisa meyakinkan masyarakat bahwa partai baru ini bisa memberi konsepsi dan gagasan yang mencerahkan.

Dalam pemilihan umum (pemilu) setiap daerah pasti memiliki calon-calon legislatif (caleg) yang akan ikut dan bersaing dengan caleg lain dari suatu daerah untuk memperebutkan kekuasaan. Dan untuk mendapatkan kekuasaan bukan lah hal yang mudah, para calon dari masing-masing partai harus mampu memperoleh suara sebanyak-banyaknya. Di dalam setiap daerah mempunyai jumlah penduduk yang tidak sedikit, dan disitu para caleg harus mampu mengambil simpati masyarakat untuk memilihnya menjadi calon wakil rakyat. Fenomena yang terjadi saat pemilu legislatif tahun 2013 berbagai strategi

telah dilakukan oleh partai peserta pemilu legislatif tahun 2013, akan tetapi banyak juga partai politik untuk meraih dukungan dari masyarakat. Sebagai partai baru NasDem harus bisa melakukan atau mengambil kepercayaan masyarakat untuk memilih partai tersebut. Namun upaya-upaya yang telah dilakukan oleh partai NasDem belum mampu mengambil simpati masyarakat untuk memilihnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Randi, SE,MM, partai NasDem dalam pemilu legislatif 2014 menargetkan jumlah suara yang di peroleh mencapai minimal 3000 (tiga ribu) suara untuk setiap kecamatan, namun hasil yang di peroleh dari hasil pemilu hanya mencapai ratusan saja. Padahal berbagai cara telah dilakukan oleh anggota partai NasDem guna mengambil simpati rakyat, dengan menawarkan berbagai program yang akan dilaksanakn dan di jalankan partai NasDem untuk masyarakat, amun rakyat lebih memandang dan memilih calon-calon yang dapat memberikan hal yang lebih rill misalnya memberikan uang kepada para pemilih jika para calon pemilih memilih mereka.

Partai NasDem dalam pemilu lebih banyak melakukan sosialisai-sosialisasi dari Desa ke Desa, dengan memberikan penawaran-penawaran program seperti, kemandirian dalam pangan, memberikan santunan sebesar Rp.1.000.000 kepada setiap pemegang kartu anggota partai NasDem. Adapun program jangka pendek yang telah ditawarkan oleh partai NasDem yaitu melalui program pembuatan kartu Badan Penanggulangan Jaminan Sosial (BPJS) yang di biayai selama satu tahun, dari program jangka pendek tersebut NasDem juga bekerja sama dengan Dinas Sosial dan lembaga perlindungan anak.

Untuk program jangka panjang, partai NasDem menawarkan kepada masyarakat seperti infrastruktur jalan, gang. Namun dari sosialisasi-sosialisasi dan program-program yang telah di tawarkan oleh partai NasDem belum dapat mengambil simpati rakyat. Ini dapat dilihat dari pernyataan yang telah di jelaskan oleh Dewi Ade Anjani, selaku kepala kesekretariatan Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai NasDem Kubu raya. Menjelaskan dari upaya-upaya yang telah dilakukan oleh partai NasDem melalui penandatanganan kontrak

politik, yang dilakukan di Aula Kantor Bupati Kubu Raya dan dengan melakukan sosialisai-sosialisasi dari desa ke desa, menawarkan program-programnya, dan dengan membagikan Kartu nama. Dan usaha lain yang dilakukan oleh partai nasdem yaitu dengan membentuk satu koordinator untuk satu desa, dan satu kordinatoor membentuk satu koordinator di tingkat TPS (Tempat Pemungutan Suara), untuk dapil Sungai Raya terdiri dari 7 desa salah satunya desa Sungai Raya Dalam, sungai raya, parit baru, Teluk Kapuas, Arang Limbung, limbung dan Desa Kuala Dua. Satu dapil terdiri dari 321 tps jika NasDem mampu mengakomodir 321 TPS, di dalam satu desa yang memiliki satu coordinator dalam satu desa, dan satu koordinator desa membentuk satu koordinator di tingkat TPS, dan mereka harus bisa merekrut sepuluh orang, karena jika dalam 321 desa di kalikan dengan satu TPS yang berjumlah 10 orang maka total suara yang akan di peroleh oleh partai NasDem sebanyak 3210 suara, dan itu sudah mencapai target, namun berdasarkan hasil yang diperoleh dilapangan, jumlah suara yang di dapat partai NasDem masih jauh dari

target, belum mencukupi kuota yang ada. Meskipun pada saat kampanye banyak program-program yang di tawarkan oleh partai NasDem, namun program mereka belum mampu mengambil kepercayaan masyarakat terhadap Partai NasDem yang merupakan partai baru.

Selain dengan sosialisasi dan melalui program-program yang di tawarkan, partai NasDem juga melakukan pendekatan-pendekatan dengan masyarakat melalui beberapa lembaga yang telah di bentuk seperti:

1. Garda Pemuda
2. Garda Wanita

Meskipun partai NasDem telah melakukan kampanye melalui sosialisai dengan menawarkan program-programnya, bahkan melalui lembaga-lembaga yang telah di bentuk oleh Partai NasDem, semua itu belum bisa mengambil hati dan simpati masyarakat, terlihat dari jumlah perolehan suara yang di peroleh belum mencapai target. Dari pernyataan yang telah di paparkan di atas terlihat dari jumlah perolehan suara dalam pemilihan umum legislatif partai NasDem yang belum mencapai target, partai NasDem menargetkan mendapat

3000 (tiga ribu) suara dalam setiap kecamatan, namun jumlah suara yang di peroleh tidak mencapai 1000 (seribu) hanya ratusan saja.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Mengenai komunikasi politik ini (*political communication*) Kantaprawira (1983:25) memfokuskan pada kegunaanya, yaitu untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intra golongan, institusi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor kehidupan politik pemerintah. Dengan demikian segala bentuk pemikiran, ide atau upaya untuk mencapai pengaruh, hanya dengan komunikasi dapat tercapainya segala sesuatu yang diharapkan, karena pada hakikatnya segala pikiran atau ide dan kebijakan (*policy*) harus ada yang menyampaikan dan ada yang menerimanya, proses tersebut adalah proses komunikasi. Dilihat dari tujuan politik "*an sich*", maka hakikat komunikasi politik adalah upaya kelompok manusia yang mempunyai orientasi pemikiran politik atau ideology

tertentu dalam rangka menguasai dan atau memperoleh kekuasaan, dengan kekuatan tujuan pemikiran politik dan ideologi tersebut dapat diwujudkan.

Lasswell (dalam Varma, 1995:258) memandang orientasi komunikasi politik telah menjadikan dua hal sangat jelas: pertama, bahwa *komunikasi politik* selalu berorientasi pada nilai atau berusaha mencapai tujuan; nilai-nilai dan tujuan itu sendiri dibentuk di dalam dan oleh proses perilaku yang sesungguhnya merupakan suatu bagian; dan kedua, bahwa *komunikasi politik* bertujuan menjangkau masa depan dan bersifat mengantisipasi serta berhubungan dengan masa lampau dan senantiasa memperhatikan kejadian masa lalu.

Dalam hal ini, R.S. Sigel (dalam Sumarno, 1989:10) memberikan pandangan sebagai berikut:

“Political socialization refers to the learning process, by which the political norms and behavior acceptable to an ongoing political sistem are transmitted from generation to generation.”

Dari batasan Sigel ini menunjukkan bahwa sosialisasi politik bukan hanya menitikberatkan pada penerimaan norma-norma politik dan tingkah laku

pada sistem politik yang sedang berlangsung, tapi juga bagaimana mewariskan atau mengalihkan nilai-nilai dari suatu generasi kenegaraan berikutnya.

Menurut Budiardjo (2004: 164-165), partai politik menyelenggarakan beberapa strategi antara lain sebagai sarana komunikasi politik, sebagai sarana sosiologi politik, sebagai sarana rekrutmen politik, dan sebagai sarana pengatur konflik. Selain itu partai politik juga berstrategi sebagai sarana bagi masyarakat untuk menyalurkan partisipasi politiknya. Salah satu strategi partai politik yang dimainkan oleh partai politik adalah melaksanakan komunikasi politik, yaitu berstrategi sebagai komunikasi politik yang tidak hanya menyampaikan segala keputusan dan penjelasan pemerintah kepada masyarakat sebagaimana diperankan oleh partai politik di Negara tetoliter, tetapi juga menyampaikan aspirasi dan kepentingan sebagai kelompok masyarakat kepada pemerintah.

Menurut Nimmo, salah satu ciri komunikasi ialah bahwa orang jarang dapat menghindari dan keturut sertaan. Hanya dihadiri dan diperhitungkan oleh

seorang lain pun memiliki nilai pesan. Dalam arti yang paling umum kita semua adalah komunikator, begitu pula siapa pun yang dalam setting politik adalah komunikator politik (2000:28). Meskipun mengakui bahwa setiap orang boleh berkomunikasi tentang politik, kita mengakui bahwa relatif sedikit yang berbuat demikian, setidak-tidaknya yang melakukannya serta tetap dan sinambung. Mereka yang relatif sedikit ini tidak hanya bertukar pesan politik; mereka adalah pemimpin dalam proses opini. Para komunikator politik ini, dibandingkan dengan warga negara pada umumnya, ditanggapi dengan lebih bersungguh-sungguh bila mereka berbicara dan berbuat.

Sebagai pendukung pengertian yang lebih besar terhadap peran komunikator politik dalam proses opini, Leonard W. Dood dalam Nimmo (2000:30) menyarankan jenis-jenis hal yang patut diketahui mengenai mereka: "Komunikator dapat dianalisis sebagai dirinya sendiri. Sikapnya terhadap khalayak potensialnya, martabat yang diberikannya kepada mereka sebagai manusia, dapat mempengaruhi komunikasi yang

dihasilkannya; jadi jika ia mengira mereka itu bodoh, ia akan menyesuaikan nada pesannya dengan tingkat yang sama rendahnya. Untuk keperluan ini Nimmo (2000:30) mengidentifikasi tiga kategori politikus, yaitu yang bertindak sebagai komunikator politik, komunikator profesional dalam politik, dan aktivis atau komunikator paruh waktu (*part time*).

Kelompok pertama ini adalah orang yang bercita-cita untuk memegang jabatan pemerintah dan memegang pemerintah yang harus berkomunikasi tentang politik dan disebut dengan politikus, tak peduli apakah mereka dipilih, ditunjuk, atau jabatan karier, baik jabatan eksekutif, legislatif, atau yudikatif. Pekerjaan mereka adalah aspek aspek utama dalam kegiatan ini. Meskipun politikus melayani beraneka tujuan dengan berkomunikasi, ada dua hal yang menonjol. Daniel katz (dalam Nimmo 2000:30) menunjukkan bahwa pemimpin politik mengarahkan pengaruhnya ke dua arah, yaitu mempengaruhi alokasi ganjaran dan mengubah struktur sosial yang ada atau mencegah perubahan demikian.

Banyak jenis politikus yang bertindak sebagai komunikator politik, namun untuk mudahnya kita klasifikasikan mereka sebagai politikus (1) berada di dalam atau di luar jabatan pemerintah, (2) berpandangan nasional atau sub nasional, dan (3) berurusan dengan masalah berganda atau masalah tunggal.

Peranan sosial yang relatif baru, suatu hasil sampingan dari revolusi komunikasi yang sedikitnya mempunyai dua dimensi utama: munculnya media masa yang melintasi batas-batas rasial, etnis, pekerjaan, wilayah, dan kelas untuk meningkatkan kesadaran identitas nasional; dan perkembangan serta-merta media khusus yang menciptakan publik baru untuk menjadi konsumen informasi dan hiburan (Nimmo, 2002:33).

Seorang komunikator profesional, menurut James Carey (dalam Nimmo, 2000:33) adalah seorang makelar simbol, orang yang menerjemahkan sikap, pengetahuan, dan minat suatu komunitas bahasa ke dalam istilah-istilah komunitas bahasa yang lain dan berbeda tetapi menarik dan dapat dimengerti. Komunikator profesional

menghubungkan golongan elit

dalam organisasi atau komunitas mana pun dengan khalayak umum; secara horizontal ia menghubungkan dua komunitas bahasa yang dibedakan pada tingkat struktur sosial yang sama.

Menurut Almond dan Powell komunikasi politik merupakan suatu fungsi sistem yang mendasar dengan konsekuensi yang banyak untuk pemeliharaan atau perubahan dalam kebudayaan politik dan struktur politik. Komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan actor-aktor politik atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah, dengan pengertian ini sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara “yang memerintah” dan “yang diperintah”, komunikasi politik tanpa aksi yang konkrit sebenarnya telah dilakukan oleh siapa saja, mahasiswa, Dosen, tukang ojek, penjaga warung, dan sebagainya. Tak heran jika ada yang menjuluki komunikasi politik sebagai neologisme yakni ilmu yang sebenarnya tak lebih dari istilah belaka.

Komunikasi politik sangat kental dalam kehidupan sehari-hari, sebab dalam aktifitas sehari-hari tidak satupun manusia tidak berkomunikasi dan kadang-kadang sudah terjebak dalam analisis kajian komunikasi politik.

Menurut Marrus (2002:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selanjutnya Quinn (1999:10) mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh.

Dari kedua pendapat di atas, maka strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi: tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif. Hal ini seperti yang diungkapkan Ohmae (1999:10) bahwa strategi bisnis, dalam suatu kata, adalah mengenai keunggulan kompetitif. Satu-satunya tujuan dari perencanaan strategis adalah memungkinkan perusahaan memperoleh, seefisien mungkin, keunggulan yang dapat mempertahankan atas saingan mereka. Strategi koorperasi dengan demikian mencerminkan usaha untuk mengubah kekuatan perusahaan relatif terhadap saingan dengan seefisien mungkin. (Y Lusi Widhiyanti: 2012)

Menurut Arifin (2011:235-266) strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan saat ini, guna mencapai tujuan politik pada masa depan. Merawat ketokohan,

memantapkan kelembagaan politik, menciptakan kebersamaan dan membangun consensus merupakan keputusan strategis yang tepat bagi komunikator politik.

Langkah pertama dalam strategi komunikasi politik yaitu merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan. Ketokohan dan kelembagaan politik memiliki pengaruh tersendiri dalam komunikasi politik. Selain itu juga di perlukan kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik, menetapkan metode dan memilih media politik yang tepat. Strategi dalam komunikasi politik adalah keputusan kondisional tentang tindakan yang akan di jalankan guna mencapai tujuan politik. Dan dengan merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan politiknya akan merupakan keputusan strategis untuk mencapai tujuan politik kedepan, terutama memenangkan pemilihan umum.

- Merawat ketokohan.

Ketokohan adalah org yang memiliki kredibilitas, daya Tarik dan kekuasaan. Politikus yang memiliki ketokohan, karena memiliki sikap-sikap utama seperti kecakapan, kedewasaan,

keberanian, serta memiliki sikap yang baik dalam perjuangan politik.

- Memantapkan kelembagaan.

Selain memelihara ketokohan, langkah strategis utama yang harus dilakukan adalah membesarkan lembaga, hal itu sangat penting sebagai faktor yang mendasarkan dalam komunikasi politik. Dan ketokohan seorang politikus aktivis atau professional akan meningkat jika di dukung oleh lembaga yang ternama. Jadi, lembaga merupakan sebuah kekuatan yang besar dalam membantu proses komunikasi politik yang efektif.

Langkah strategi kedua yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi politik adalah menciptakan kebersamaan antara politikus dan khalayak. Komunikator politik harus terlebih dahulu mengenal, mengerti dan memahami daya tangkap dan daya serap khalayak.

- Memahami khalayak

Komponen psikologi yang harus dikenal pada diri khalayak yang berkaitan dengan politik adalah keyakinan, kepentingan, dan motivasi khalayk, baik yang bersifat politik maupun yang bersifat non politik.

Pengaruh lain yang juga harus dipahami ialah pengaruh kelompok dan masyarakat yang ada, serta situasi dimana kelompok itu berada.

- Menyusun pesan persuasif

Khalayak yang menentukan pesan politik yang harus disampaikan oleh para politikus dalam kampanye politiknya baik dalam retorika politik maupun media politik. Adapun yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan politik yang bersifat persuasif yaitu, menentukan tema dan materi sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak dan mampu membangkitkan perhatian karena tidak semua dapat menimbulkan perhatian kecuali pesan yang memenuhi syarat.

- Menetapkan metode

Langkah strategi ketiga dalam upaya mencapai tujuan komunikasi politik, adalah memilih metode penyampaian dan metode menyusun isi pesan yang sesuai. Pemilihan metode dan media harus disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas, dan biaya.

- Memilah dan memilih media

Penggunaan medium atau media dalam komunikasi politik harus memperhatikan sistem komunikasi

politik di suatu Negara bangsa. Seleksi media harus didasarkan pada kemampuan, kebutuhan, serta kepentingan dan lokasi khalayak yang di jadikan sasaran komunikasi politik.

Langkah strategi ketiga yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi politik, yaitu membangun konsensus baik antara politikus dan dalam suatu partai politik maupun antara para politikus dari partai yang berbeda.

- Seni berkompromi

Dalam membangun konsensus, seorang politikus atau aktivis harus memiliki kemampuan berkompromi yang merupakan seni tersendiri. Konsensus dan kesepakatan di capai setelah ada konflik atau perbedaan pendapat terhadap suatu masalah. Hal itu dapat terjadi dalam rapat atau musyawarah, misalnya dalam menyusun undang-undang atau peraturan-peraturan.

- Bersedia membuka diri

Para politikus yang akan melakukan lobi untuk mencari solusi dengan membangun konsensus harus memulai dengan kesediaan membuka diri.

Sukses komunikasi interaksional, banyak sekali tergantung pada kualitas konsep diri yang positif, yaitu orang

yang selalu berfikir positif, percaya diri, dan yakin akan kemampuannya, merasa setara dengan orang lain, menerima pujian tanpa rasa malu, dan mampu memperbaiki dirinya.

Disini peneliti lebih fokus pada strategi memantapkan kelembagaan. Karena strategi memantapkan kelembagaan lebih berpengaruh, selain untuk mengambil kepercayaan masyarakat terhadap partai politik dengan menetapkan kelembagaan parpol lebih bisa mendekati diri kepada masyarakat melalui lembaga-lembaga yang telah disusun oleh partai tersebut. Dengan memantapkan kelembagaan juga sangat berpengaruh. Karna faktor yang mendasar dalam komunikasi politik yang berkaitan dengan kampanye dan pemberian suara dalam pemilihan umum. Dan partai NasDem juga lebih menggunakan strategi memantapkan kelembagaan, karna dalam pemilu legislatif yang telah dilaksanakan pada 9 april 2014 lalu menjelang pemilu partai NasDem hanya melakukan pendekatan dengan masyarakat melalui sosialisai, mengadakan pertemuan-pertemuan langsung dengan masyarakat dengan menawarkan program-program yang

akan di laksanakan oleh partai NasDem jika mereka terpilih.

C. METODE PENELITIAN

- Tempat penelitian ini adalah di Kabupaten Kubu Raya, khususnya Dewan Perwakilan Daerah Partai NasDem. Dengan pertimbangan dalam pemilihan tempat tersebut adalah bahwasanya Partai NasDem terhitung baru di Kabupaten Kubu Raya, maka dari itu penelitian ini ingin menggali bagaimana partai Nasional Demokrat dalam menjalankan strateginya sebagai partai baru yang bersaing dengan partai-partai senior lainnya dalam merebut hati dan suara masyarakat Kabupaten Kubu Raya. Sementara partai politik tentunya dapat menjembati kepentingan-kepentingan yang dibutuhkan masyarakat lewat keputusan-keputusan yang berpihak pada kepentingan masyarakat.

- Tulisan-tulisan atau dokumen.

1. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan tulisan-tulisan atau dokumen terkait pemilihan umum legislatif 2014 di kabupaten kubu raya.

2. Tulisan atau hasil wawancara langsung kepada informan.

Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data-data hasil wawancara dengan informan terkait dengan strategi komunikasi yang dilakukan partai NasDem dalam pemilihan umum legislative 2014 di kabupaten kubu raya.

3. Perilaku yang diamati atau kondisi objek dilapangan penelitian.

Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung dan dilakukan secara terbatas, mengenai aktifitas dari subjek yang diteliti dengan didukung oleh alat panduan observasi yaitu catatan-catatan yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan pencatatan dilakukan saat pengamatan berlangsung Langkah-langkah penelitian ini yaitu:

- Masalah/pertanyaan penelitian

Penelitian harus terlebih dahulu dimulai dari adanya masalah yang ingin dipecahkan/diteliti. Dalam hal ini sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu mengidentifikasi permasalahan mengenai komunikasi politik partai NasDem dalam pemilu legislatif 2014 di kabupaten kubu raya.

- Telaah teori

Telaah teori artinya menggunakan teori-teori yang relevan

untuk menganalisis masalah. Berkaitan dengan ini peneliti menggunakan telaah teori komunikasi politik sebagai pisau analisis untuk menganalisis faktor-faktor penyebab tidak tercapainya jumlah perolehan suara yang di inginkan partai NasDem dalam pemilihan umum legislatif 2014 di kabupaten kubu raya.

- Pengujian fakta

Pengujian fakta dengan melihat realitas yang ada. Berkaitan dengan hal ini peneliti berupaya melakukan pengujian terhadap realitas yang ada di lapangan.

- Kesimpulan

Kesimpulan merupakan proses akhir dari sebuah penelitian, dengan menyimpulkan data-data relevan yang didapat. Akhir dari penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan mengenai faktor-faktor penyebab tidak tercapainya jumlah perolehan suara yang di inginkan partai NasDem dalam pemilihan umum legislatif 2014 di kabupaten kubu raya berdasarkan data-data valid yang diperoleh di lapangan.

Objek dalam penelitian adalah Partai NasDem Kabupaten Kubu Raya. Menurut Sugiyono (2007:59), dalam

penelitian kualitatif yang dimaksud instrumen penelitian adalah peneliti sendiri. Maka dari itu, sebelum melakukan penelitian peneliti terlebih dahulu memahami metodologi sehingga penelitian ini dilakukan dengan baik dan proses-proses penelitian dilakukan dengan benar.

Subjek penelitiannya adalah Ketua partai Nasional Demokrat Kubu Raya, Sekretaris partai Nasional Demokrat Kubu Raya, anggota partai Nasional Demokrat

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. Teknik observasi

yaitu melakukan pengamatan secara langsung dan dilakukan secara terbatas, mengenai aktifitas dari subjek yang diteliti dengan didukung oleh alat panduan observasi yaitu catatan-catatan yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan pencatatan dilakukan saat pengamatan berlangsung.

Dalam suatu penelitian observasi sangat penting, karena di dalam observasi selalu terlibat dalam proses pengamatan fenomena yang muncul

untuk mengetahui suatu masalah sehingga di peroleh suatu pemahaman. Di dalam observasi peneliti juga memungkinkan memperoleh data tentang hal-hal yang karena berbagai sebab tidak di ungkap oleh subjek penelitian secara terbuka dalam wawancara.

b. Teknik wawancara mendalam

Yaitu melakukan tanya jawab secara langsung kepada subjek penelitian, guna pengumpulan data primer dengan mengacu kepada suatu panduan wawancara yang sudah dipersiapkan sebelumnya agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian

• Dokumentasi

Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data-data berupa dokumentasi terkait pelaksanaan kampanye menjelang pemilihan umum legislatif 2014 di kabupaten kubu raya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dalam bentuk deskriptif. Menurut Faisal (2012:12) bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisa, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi sekarang ini.

Peneliti menggunakan teknik analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisis data dapat di beri arti dan makna yang berguna dalam memecahkan suatu masalah penelitian. Menurut Purwoko (1999: 36) analisis data dapat digambarkan dalam tahapan sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan langkah meliputi proses manipulasi, integrasi dan transformasi serta kategorisasi data. Reduksi data akan sangat membantu dalam mengidentifikasi aspek penting dari pertanyaan yang diajukan dalam penelitian untuk memfokuskan data yang terkumpul, sehingga akhirnya sampai pada kesimpulan. Proses reduksi data meliputi, membaca dengan hati-hati identifikasi tema-tema utama dari proses penelitian, tingkah laku dan sebagainya.

b. Pengorganisasian Data

Pengorganisasian yaitu proses penyusunan kembali semua informasi sekitar tema-tema tertentu yang berkaitan dengan topik penelitian. Proses ini juga meliputi kategorisasi informasi yang lebih spesifik dan menampilkan

hasilnya dalam beberapa format seperti grafik, table dan sejenisnya.

Setelah seluruh data diperoleh dan dikumpulkan, selanjutnya semua data dianalisis dengan metode kualitatif. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan, dalam proses penyimpulan data peneliti harus melakukan pengumpulan data yang diperoleh dilapangan. Data-data tersebut dikelompokkan untuk memilih mana data yang perlu dan mana yang tidak, kemudian baru dilakukan analisis data dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang kemudian dideskripsikan sesuai dengan keadaan di lapangan.

Menurut Bognan dan Taylor (dalam Laxy J. Moleong 2000:3) mendefinisikan metodologi kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan. Dari mereka pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Sehingga dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau orgen kedalam sebagai bagian dari suatu keutuhan. Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan suatu pengolahan data yang diklasifikasikan menurut

kategori tertentu dan selanjutnya diadakan interpretasi. Yang kemudian dimanfaatkan sesuai dengan kegunaan masing-masing dan analisis berdasarkan gambaran yang sesuai dengan kenyataan yang ada pada saat sekarang dan pada pengelolaan data selanjutnya di pergunakan analisis kualitatif. Berkenaan studi kasus, maka semua analisis data, dilakukan dengan metode analisis kualitatif atau atau analisis non, statistik sehingga sesuai untuk data deskriptif atau data textular (Surya Brata, 2002:85).

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Moloeng, 2004:330).

Agar menghindari kesalahan antara temuan data yang dianalisis dengan data yang sebenarnya di lapangan maka peneliti melakukan keabsahan data dengan uji kredibilitas data dengan

menggunakan triangulasi yang meliputi 3 triangulasi yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Peneliti melakukan pengecekan data yang diperoleh melalui beberapa sumber dengan demikian peneliti melakukan check and recheck hasil wawancara dengan beberapa informan.

2. Triangulasi Teknik

Melakukan pengecekan data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi maupun dokumentasi, dengan berharap hasil yang sama atau memastikan data mana yang dianggap benar.

3. Triangulasi Waktu

Peneliti membandingkan data yang diperoleh pada waktu yang berbeda misalnya: data yang di dapat pada pagi hari, apakah sama dengan data yang didapat pada sore hari atau hari yang berbeda.

Dari ketiga triangulasi tersebut, peneliti lebih memfokuskan pada triangulasi sumber yaitu melakukan pengecekan data yang diperoleh melalui beberapa sumber dan dari hasil wawancara dengan beberapa informan

D. PEMBAHASAN

D.1. Strategi Komunikasi Partai NasDem Dalam Menciptakan Kebersamaan untuk Mendapatkan Dukungan Dari Masyarakat Dalam Pemilu Legislatif 2014 di Kabupaten Kubu Raya.

Salah satu aspek strategi komunikasi yang dilakukan partai politik maupun para calon anggota legislatif dalam upaya pemenangan pemilu adalah melalui sosialisasi. Dimana di dalam sosialisasi tersebut yang dapat dilakukan oleh partai politik dengan berbagai macam cara sebagaimana telah di atur dalam peraturan-peraturan yang mengaturnya. Seperti tertuang dalam undang-undang dasar nomor 15 tahun 2011 tentang penyelenggaraan pemilihan umum dimana partai politik maupun calon anggota legislatif dapat mensosialisasikan dirinya maupun partai politik yang mengusungnya untuk menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat. Sosialisasi adalah cara yang dilakukan partai politik maupun cara yang dilakukan secara individual maupun lembaga dalam partai itu sendiri dimana tujuannya adalah untuk

melakukan sosialisasi partai politik maupun sosialisasi para calon-calon anggota legislatif.

Undang-Undang nomor 10 tahun 2008 tentang pemilihan umum anggota dewan perwakilan rakyat, dewan perwakilan rakyat daerah, dan dewan perwakilan rakyat daerah mengamanatkan kampanye pemilu 2009 legislatif akan dilaksanakan oleh pelaksana kampanye yang terdiri atas pengurus partai politik, calon anggota DPR, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/kota, juru kampanye, orang-perorang, dan organisasi yang ditunjuk oleh peserta pemilu anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/kota.

Guna memenangkan kompetisi di ajang pemilu, para kontestan partai politik saling bersaing satu sama lain dengan menerapkan berbagai strategi komunikasi politik yang jitu. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh partai politik terhadap masyarakat sangat diperlukan dalam menghadapi sebuah pemilihan umum. Keberhasilan suatu strategi komunikasi politik oleh partai politik dalam merencanakan dan melaksanakan, akan ikut berperan pada

hasil perolehan suara partai politik dalam pemilu. Strategi komunikasi yang dilakukan partai politik harus menyesuaikan dengan sistem politik yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, sistem politik harus mempengaruhi dan dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukan partai politik. Komunikasi politik merupakan salah satu masukan yang menentukan bekerjanya semua fungsi dalam sistem politik. Komunikasi politik sebagai bagian dari sistem politik merupakan satu konsepsi yang menyatakan bahwa, semua gejala social termasuk gejala komunikasi dan politik, adalah saling berhubungan dan saling mempengaruhi.

Dalam upaya mencapai tujuan untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat pada pemilu 2014, banyak upaya yang telah dilakukan oleh partai politik maupun calon anggota legislatif guna memenangkan kompetisi di ajang pemilu, para kontestan partai politik saling bersaing satu sama lain dengan menerapkan berbagai strategi komunikasi politik yang bisa meyakinkan hati para calon pemilih. Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh partai politik terhadap

masyarakat sangat diperlukan dalam menghadapi tantangan memperebutkan suara pada pemilihan umum. Keberhasilan suatu strategi komunikasi politik oleh partai politik dalam merencanakan dan melaksanakan akan ikut berperan penting pada hasil perolehan suara partai politik dalam pemilu. Usaha yang dilakukan partai NasDem guna mengambil simpati rakyat diantaranya dengan mendirikan lembaga untuk bisa lebih mendekati diri kepada masyarakat, Lembaga tersebut di sebut:

1. Garda Pemuda
2. Garda Wanita

Alasan didirikan garda pemuda oleh partai NasDem adalah Pemuda adalah karena pemuda merupakan pelopor yang berani menarik garis imajiner ke masa depan, membentuk sebuah identitas kebangsaan: satu tanah air, satu bangsa dan satu bahasa Indonesia, Pemuda adalah anak sang zaman sekaligus ibu masa depan bangsa, di sini partai NasDem mengajak para pemuda untuk bersuara dalam mengambil keputusan dan mengambil langkah strategis, dan untuk ambil bagian dalam gerakan perubahan,

menyelamatkan arah kemudi bangsa sesuai Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Berketetapan hati turut mengusung perjuangan Restorasi Indonesia untuk mewujudkan demokrasi Indonesia yang matang dan substantif: tempat persandingan keberagaman dan kesatuan, dinamika dengan ketertiban, kompetisi dengan persamaan, dan kebebasan dengan kesejahteraan. Selain itu partai NasDem ingin melakukan pendekatan-pendekatan terhadap masyarakat khususnya para pemuda agar lebih bisa memahami apa yang di butuhkan oleh masyarakat.

Sedangkan tujuan didirikannya garda wanita adalah, untuk merangkul para perempuan, bahwa peranan perempuan dalam bernegara sama besarnya dengan laki-laki. Perempuan memiliki kekuatan besar Gerakan perempuan itu sangat dibutuhkan bangsa Indonesia karena peranan dominan laki-laki dalam berbangsa dan bernegara selama ini tidak cukup kuat untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh suatu pemerintahan. Selain itu perempuan memiliki pengaruh yang sangat besar dalam pemilu khususnya di daerah kubu raya, karna di daerah kubu

raya memiliki jumlah penduduk perempuan yang cukup banyak, di sini dengan didirikannya garda wanita juga untuk merangkul para wanita untuk menggunakan hak suaranya, dan untuk mendekati diri ke pada masyarakat agar dapat memahami apa harapan masyarakat terhadap partai NasDem.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (Randi, SE, MM) ketua partai NasDem diperoleh informasi Bahwa : Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh partai NasDem, dimana di peroleh informasi bahwa untuk memperoleh dukungan dari masyarakat (pemilih) tentunya masing-masing partai politik bersaing dengan berbagai macam cara, dan memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mempengaruhi masyarakat pemilih untuk memilih partai mereka, demikian pula yang dilakukan partai NasDem guna mengambil simpati rakyat, partai NasDem menggunakan lembaga seperti garda wpemuda dan garda wanita guna mengambil simpati rakyat.

Berdasarkan informasi diatas dapat dilihat bahwa partai NasDem juga melakukan strategi untuk mempengaruhi masyarakat agar memilih wakil Rakyat

melalui partai NasDem, ada upaya yang dilakukan oleh partai maupun calon anggota legislatif dalam pemilu legislatif.

Hasil wawancara dengan informan (Dewi Ade Anjani) selaku Kepala kesekretariatan Partai NasDem Kubu Raya diperoleh informasi: Bahwa ada strategi yang dilakukan partai politik maupun para calon anggota legislatif yang berusaha untuk mendapatkan dukungan atau agar mereka dipilih sebagai anggota legislatif khususnya di Kabupaten Kubu Raya, mereka melakukan berbagai pendekatan dengan masyarakat melalui pertemuan-pertemuan singkat saat melakukan sosialisasi, selesai melakukan sosialisasi kepada masyarakat, para anggota partai menyempatkan diri untuk berbincang-bincang dengan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, ada strategi yang dilakukan oleh partai NasDem dalam melakukan strategi komunikasi untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, di antaranya melakukan sosialisasi kepada masyarakat menjelang pemilu dan menyempatkan diri untuk berbincang-bincang dengan masyarakat.

Namun upaya-upaya yang telah dilakukan oleh partai NasDem belum dapat berjalan efektif, ini dapat disimpulkan karena anggota partai NasDem hanya melakukan sosialisasi-sosialisai menjelang pemilu saja, ini hanya akan membuat masyarakat beranggapan bahwa partai politik hanya melakukan pendekatan terhadap masyarakat jika mereka memiliki kepentingan saja.

Sedangkan langkah yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan adalah dengan melakukan komunikasi politik yang baik dengan menciptakan kebersamaan antara politikus dan khalayak. Komunikator politik harus lebih dulu mengenal, mengerti dan memahami daya tangkap dan daya serap khalayak. Di antaranya:

D.1.1. Upaya yang Dilakukan Partai NasDem dalam Memahami Khalayak

Strategi komunikasi yang dilakukan partai NasDem untuk memahami khalayak adalah dengan mendirikan lembaga seperti lembaga garda pemuda dan garda wanita, tujuan dibentuknya

lembaga tersebut adalah agar partai NasDem mampu untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakat dan dapat mengetahui dan memahami apa keinginan khalayak terhadap partai politik.

Untuk mengambil simpati masyarakat, dengan didirikan lembaga garda wanita tersebut partai NasDem mengadakan kegiatan bazar, kantin ramadhan pada bulan suci ramadhan, namun kegiatan tersebut dilakukan menjelang pemilu saja. Begitu juga dengan dibentuknya lembaga garda pemuda, kegiatan yang di adakan lembaga garda pemuda itu adalah dengan mengajak para pemuda gotong royong membersihkan parit di sekitar tempat tinggal mereka. Namun kegiatannya juga dilakukan menjelang pemilu saja.

Lembaga yang didirikan oleh partai NasDem jika di jalankan secara efektif mungkin bisa mengambil simpati masyarakat, dan dapat melakukan pendekatan kepada masyarakat sehingga partai NasDem dapat memahami apa keinginan khalayak. Namun lembaga tersebut hanya di jadikan sebagai sayap

partai saja dan tidak mampu berjalan secara efektif.

Hasil wawancara dengan informan penelitian diperoleh informasi bahwa, strategi partai politik untuk memperoleh dukungan dari konstituen untuk memahami keinginan khalayak yang dilakukan oleh para kader partai yakni melakukan kegiatan, mengajak ibu-ibu untuk membuka bazar ramadhan dan mengajak para pemuda untuk melakukan bakti sosial membersihkan gang-gang di sekitar tempat tinggal mereka. Dan kegiatan tersebut dilakukan menjelang pemilu saja.

Seharusnya partai NasDem harus mampu mencari apa yang di inginkan masyarakat memahami khalayak melalui lembaga-lembaga yang telah di bentuk, jika lembaga tersebut bisa dijalankan sebagai mana semestinya mungkin partai bisa mengetahui apa harapan-harapan masyarakat terhadap partai NasDem. Jika hanya dengan melakukan kegiatan menjelang pemilu saja itu tidak akan mampu untuk memahami apa keinginan khalayak, karna untuk dapat mengetahui apa keinginan khalayak membutuhkan waktu yang tidak sebentar, harus ada pendekatan-pendekatan kepada

masyarakat, bukan hanya melakukan pendekatan menjelang pemilu saja. Jika dengan hanya sekedar bertemu sekedar melakukan kegiatan menjelang pemilu saja itu tidak akan mampu mendekati mereka kepada masyarakat, karena untuk memahami khalayak sebuah partai politik harus mengetahui apa yang di butuhkan masyarakat apa yang di inginkan masyarakat dan semua itu membutuhkan proses dan waktu yang tidak sebentar.

Namun jika dikaitkan dengan teori memahami khalayak, bahwa memahami khalayak komponen psikologi yang harus dikenal pada diri khalayak yang berkaitan dengan dengan politik adalah keyakinan, kepentingan, dan motivasi khalayak, baik yang bersifat politik maupun yang bersifat non politik. Pengaruh lain yang harus di pahami ialah pengaruh kelompok dan masyarakat yang ada, serta situasi dimana kelompok itu berada. Cara memahami khalayak yang telah dilakukan partai NasDem belum berjalan sebagai mana mestinya, karena partai NasDem melakukan kegiatan dan pendekatan kepada masyarakat hanya menjelang pemilu saja, seharusnya anggota partai NasDem

bisa melakukan kegiatan tersebut tidak hanya menjelang pemilu saja namun saat tidak menjelang pemilu pun partai NasDem tetap harus melakukan pendekatan-pendekatan kepada masyarakat, agar masyarakat percaya terhadap partai tersebut yang tidak hanya melakukan pendekatan saat ada kepentingan politik saja, namun mereka benar-benar ingin mengetahui apa harapan masyarakat sebenarnya terhadap parpol. Jadi tidak heran jika jumlah perolehan suara yang di dapat belum mencapai target karena belum maksimalnya parpol dalam memahami khalayak yang hanya melakukan pendekatan kepada masyarakat menjelang pemilu saja.

Upaya yang dilakukan partai NasDem untuk mengambil simpati masyarakat dengan mendirikan dan membentuk lembaga seperti garda pemuda dan garda wanita memang sudah cukup baik untuk memahami khalayak, namun lembaga tersebut belum berjalan bahkan hanya di jadikan sebagai sayap partai saja. Bagaimana suatu partai politik akan memahami apa keinginan khalayak jika lembaganya saja tidak berjalan.

D.1.2. Penyusunan Pesan Persuasif Yang Dilakukan Oleh Partai NasDem

Dengan adanya putusan mahkamah konstitusi (MK) yang menyebutkan bahwa anggota DPRD ditentukan oleh suara terbanyak, siapa yang mendapatkan suara terbanyak dari hasil pemilihan umum mereka yang mendapatkan mandat untuk menduduki kursi di parlemen. Ini tidak hanya membawa dampak persaingan antara partai politik, akan tetapi juga membawa persaingan antara calon legislatif dalam partai politik itu sendiri. Karena penentuan calon terpilih tidak lagi berdasarkan hasil kumulatif perolehan suara yang kemudian di distribusikan ke calon legislatif berdasarkan nomor urut akan tetapi berdasarkan suara terbanyak yang diperoleh masing-masing calon legislatif itu sendiri.

Berdasarkan wawancara dengan informan (Eko Waluyo) selaku staf di Dewan Pimpinan Cabang (DPD) partai NasDem Kubu Raya di peroleh informasi bahwa, persaingan untuk menjadi anggota DPRD ini tidak hanya terjadi persaingan antara partai politik

yang satu dengan yang lainnya saja, melainkan persaingan antara calon anggota DPRD dalam partai yang sama dan Daerah Pemilihan (Dapil) yang sama pula. Masing-masing calon anggota DPRD selain membawa visi dan misi serta program partai politik, mereka membawa visi dan misi serta program secara Individual, ini dilakukan agar masyarakat selain memilih partai politik, juga memilih calon secara individual dalam pemilihan umum.

Berdasarkan wawancara dengan informan (Randi, SE, MM) selaku ketua partai NasDem Kubu Raya di peroleh informasi bahwa di dalam partai juga ada persaingan sesama anggota partai, karna di dalam satu partai tidak hanya ada satu orang saja yang mencalonkan diri untuk menjadi anggota legislatif. Disini sesama anggota partai harus bersaing untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat agar dapat memilihnya.

Dan berdasarkan wawancara dengan informan (Junaidi. SP) selaku ketua lembaga garda pemuda partai NasDem, menyatakan bahwa di dalam satu partai politik memiliki beberapa calon yang berbeda, sehingga mereka harus bersaing untuk mengambil simpati masyarakat,

mereka bersaing bukan dalam antara parpol saja, namun dalam satu parpol itu sendiri mereka juga harus bersaing. Persaingan bukan terjadi terhadap antar partai politik, tetapi persaingan itu juga terjadi di dalam partai.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa, bahwa adanya persaingan didalam partai, dan sebagai anggota partai politik mereka harus bisa bekerjasama membawa nama partai, bukan untuk kepentingannya pribadi saja. Dan keberhasilan calon legislatif dalam mempengaruhi masyarakat pemilihnya memang sangat bergantung pada kemampuannya dalam mengemas isi pesan politik yang akan disampaikan kepada masyarakat. Persoalan isi pesan dan struktur pesan menjadi satu kesatuan utuh yang tidak semua calon legislatif menyadarinya, terutama saat melakukan persiapan penyusunan pesan persuasif politik kepada konstituenya. Isi pesan calon legislatif yang cepat diterima oleh masyarakat adalah isi pesan yang bersumber pada kondisi yang benar-benar terjadi di masyarakat. Kedekatan isi pesan yang dibuat oleh calon legislatif dengan persoalan yang dihadapi

masyarakat, menyebabkan masyarakat merasa sangat dekat dengan calon legislatif yang menurut harapannya dapat memperjuangkan dan mencari solusi atas berbagai persoalan yang dihadapinya.

Hasil wawancara dengan informan (Junaidi. SP) selaku ketua Lembaga Garda Pemuda diperoleh informasi bahwa, calon legislatif dalam menyusun pesan yang persuasif biasanya mengangkat persoalan yang lambat ditanggapi oleh pemerintah, misalnya masalah akses, sarana dan prasarana transportasi, masalah sembako, masalah pendidikan, berobat gratis, semua isu-isu umum yang seringkali dijadikan materi dari masing-masing calon legislatif dalam menyusun pesan politik guna mendekati masyarakat pemilihnya. Partai NasDem disini lebih mengangkat pada permasalahan berobat gratis. Disini partai NasDem kubu raya menjanjikan kepada masyarakat apabila mereka terpilih mereka akan membantu proses pembuatan kartu BPJS beserta tanggunganya selama satu tahun. Penyampaian pesan ini dilakukan saat mereka melakukan sosialisasi dan penyampaian visi dan misi partai.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa, strategi komunikasi yang dilakukan oleh para calon legislatif untuk mendapatkan simpati masyarakat adalah dengan membangun isu-isu yang memang berkaitan dengan kebutuhan dari masyarakat. Isu-isu umum yang sering diangkat oleh calon legislatif keuntungannya bisa diterima oleh semua masyarakat.

Seharusnya partai NasDem mampu menyusun pesan yang memenuhi syarat, karena kondisi yang penulis temukan partai NasDem hanya mengangkat persoalan yang lambat ditanggapi oleh pemerintah, karena itu belum tentu bisa mengambil simpati masyarakat terhadap partai NasDem. Partai nasdem seharusnya dapat mengetahui permasalahan apa yang sedang dihadapi oleh masyarakat agar masyarakat lebih tertarik dan agar masyarakat bisa yakin dan percaya kepada partai NasDem, karna hanya dengan menyampaikan apa program-program partai NasDem melalui sosialisasi dan penyampaian visi dan misi itu belum efektif.

Jika partai NasDem dapat menjalankan lembaga-lembaga yang

telah dibentuk seperti garda pemuda dan garda wanita secara efektif, lembaga tersebut bisa dimanfaatkan untuk penyampaian pesan yang efektif kepada masyarakat, karena tujuan dibentuknya lembaga tersebut salah satunya adalah agar partai NasDem lebih dapat melakukan pendekatan terhadap masyarakat, bukan hanya melakukan pendekatan melalui sosialisasi dan penyampaian visi dan misi, namun kondisi yang penulis temukan di lapangan partai NasDem di kubu raya hanya melakukan proses penyampaian pesan kepada masyarakat menjelang pemilu saja pada saat sosialisasi dan penyampaian visi dan misi.

D.1.3. Sosialisasi Pemilu Sebagai Metode Penyampaian Pesan

Metode yang digunakan partai nasdem adalah melalui lembaga yang telah dibentuk oleh partai NasDem seperti garda pemuda dan garda wanita dan melalui sosialisasi. Sosialisasi merupakan strategi komunikasi partai NasDem dalam pemilu untuk menarik simpati masyarakat. Politik dapat dianggap sebagai ajang berlangsungnya proses komunikasi politik yang sangat

tinggi intensitasnya. Berbeda dengan hari-hari sebelum dan sesudahnya. Dalam jangka waktu yang telah ditentukan parpol bekonsentrasi bagaimana strategi mempengaruhi calon pemilihnya. Dalam konteks ini akan terjadi interaksi politik berlangsung dalam tempo yang meningkat. Mereka berusaha meyakinkan calon pemilihnya bahwa, partai politiknya paling layak untuk dipilih dan lebih baik dari partai politik yang lain. Pemilu dapat dikategorikan sebagai propaganda program partai politik yang ditawarkan kepada calon pemilih baik secara individu maupun kelompok yang dilakukan dalam peristiwa tertentu untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat, dalam kepentingan politik.

Komunikasi politik yang dikemas partai politik serta pemilu mempunyai kaitan yang sangat erat terhadap pengetahuan masyarakat tentang misi partai politik yang bersangkutan selama kampanye berlangsung. Dari hasil wawancara dengan informan (Dewi Ade Anjani) diperoleh informasi bahwa, sosialisasi merupakan salah satu strategi dan metode yang dilakukan oleh partai NasDem pada pemilu legislatif 2014,

masyarakat lebih cenderung dihadapkan pada penilaian partai politik mana yang mempunyai komitmen serta pro kepada masyarakat. Komitmen seperti itu akan dinilai dan dicermati selama masa kampanye berlangsung. Pada saat melakukan sosialisasi partai NasDem melalui juru kampanye yang dituju beserta calon legislatif berlomba-lomba untuk merebut hati rakyat.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat diketahui bahwa, komunikasi dan sosialisasi merupakan ajang penilaian masyarakat terhadap partai politik dan calon legislatif yang akan mereka pilih, dengan demikian melalui sosialisasi masyarakat lebih mengetahui dengan jelas, visi dan misi partai NasDem yang berusaha memperjuangkan kepentingan rakyat. Partai politik harus mampu menjabarkan visi dan misinya untuk mengatasi permasalahan rakyat. Misalnya masalah ekonomi, pendidikan, dan masalah infrastruktur. Masyarakat yang kritis dan rasional menuntut agar parpol dan caleg legislatif memberikan solusi konkrit terhadap berbagai masalah yang menghimpit kehidupan masyarakat secara umum. Komunikasi merupakan salah satu metode yang sangat

berpengaruh untuk mengambil simpati rakyat. Dalam melakukan komunikasi partai NasDem banyak menggunakan media masa, jejaring sosial, juga menggunakan spanduk, umbul-umbul, dengan membentuk organisasi-organisasi partai juga melakukan sosialisai-sosialisasi di setiap desa atau kecamatan. Itu merupakan metode partai NasDem untuk mengambil simpati rakyat.

Selain dengan melakukan sosialisasi dan menyampaikan visi dan misi partai NasDem guna mengambil simpati masyarakat, NasDem juga membentuk organisasi atau lembaga yang disebut Garda pemuda.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (Junaidi. SP) selaku ketua lembaga Garda Pemuda. Kinerja lembaga Garda Pemuda agar masyarakat dapat tertarik yaitu, dengan melakukan donor darah, bakti masyarakat, dan membersihkan saluran air di kecamatan sungai raya khususnya desa parit baru. Selain itu dalam Garda Pemuda juga menyampaikan pesan kepada masyarakat, menghimbau dari diri mereka agar memilih calon, kenali calonnya, kenali kandidatnya jika ingin daerahnya maju, pesan tersebut di

sampaikan saat pertemuan dengan masyarakat, saat melakukan sosialisasi ke kecamatan-kecamatan.

Adapun target yang akan dituju dengan didirikannya lembaga yang bernama Garda Pemuda adalah pemuda yang berusia 17 tahun ke atas. Dan kegiatan yang dilakukan partai NasDem dalam lembaga Garda pemuda adalah salah satunya dengan diadakan pelatihan SAR, untuk bencana alam, penggalangan bakti sosial seperti, membagikan jadwal puasa, membersihkan beberapa masjid dan sebagainya.

Pentingnya para pemuda perlu di jadikan target yaitu untuk merubah pola pikir pemilih, dan dari pola fikir masyarakat harus dimulai dari yang terlebih kecil dahulu, bahwa tidak semua organisai politik itu buruk, dan itu yang akan partai NasDem rubah bahwa tidak semua partai politik itu tidak baik.

Selain dibentuknya lembaga yang bernama Garda Pemuda, NasDem juga melakukan pendekatan dengan di bentuknya lembaga yang bernama Garda Wanita (Garnita). Tujuan partai NasDem mendirikan sebuah lembaga yang bernama Garnita karena Peran perempuan dalam pembangunan bangsa

sangat penting. Perempuan merupakan komponen terbesar dan kontributor yang signifikan dalam pembangunan bangsa.

Dari hasil wawancara dengan Informan (Hasanah. S.Pd) selaku ketua lembaga Garnita Partai NasDem di Kabupaten Kubu Raya, target dari didirikannya sebuah lembaga Garnita yaitu hampir sama dengan Garda Pemuda yaitu pemilih pemula, namun kegiatan yang dilakukan oleh Garnita yaitu dengan melakukan pembinaan, pembinaan terhadap anak-anak, dan lebih banyak melakukan kegiatan melalui seminar menjelang pemilu, seminar tentang perempuan terutama selain untuk tujuan politik, untuk ekonomi partai NasDem juga mengadakan seminar dengan memberikan bantuan, kerajinan tangan, memberikan pelatihan tentang pengolahan limbah, dan kegiatan tersebut dilakukan saat menjelang sosialisasi juga dilakukan kegiatan tersebut, saat akan melakukan kampanye di suatu daerah, supaya masyarakat tidak jenuh terhadap visi misi, jadi salah satu untuk menarik minat masyarakat yaitu dengan memberikan pelatihan-pelatihan. Kegiatan tersebut dilakukan pada saat

menjelang pemilu. Dan alasan partai nasdem menjadikan wanita sebagai target yaitu karena tidak semua perempuan memiliki kesempatan yang sama seperti laki-laki, misalnya dalam rapat RT, dalam rapat tersebut yang di undang hanya laki-laki saja sedangkan wanita tidak. Melalui lembaga garnita NasDem juga menyampaikan bahwa wanita juga mempunyai hak disini. Dan agar para wanita ikut tertarik yaitu dengan mengajak mereka untuk ikut bergabung dengan memperjuangkan hak-hak perempuan melalui pertemuan-pertemuan.

Dari pernyataan di atas dapat dilihat bahwa wanita memiliki peran yang sangat penting karena wanita merupakan komponen terbesar dan kontributor yang signifikan dalam pembangunan bangsa sehingga wanita sangat penting untuk di jadikan target dalam sebuah lembaga partai politik agar lebih tertarik untuk mengikuti kegiatan-kegiatan politik.

Namun kondisi yang penulis temukan di lapangan, lembaga tersebut tidak berjala sebagaimana semestinya, lembaga-lembaga tersebut hanya dijadikan sebagai sayap partai politik saja, untuk pelaksanaannya belum dapat

dilaksanakan dengan baik. Karna partai NasDem melakukan kegiatan-kegiatan tersebut hanya menjelang pemilu saja. Maka tidak heran jika jumlah perolehan suara yang mereka harapkan belum mencapai target.

Agar tujuan partai NasDem dapat tersalurkan kepada masyarakat dan partai NasDem dapat dikenal secara luas, partai NasDem melakukan cara dengan merekrut anggota sebanyak-banyaknya, dengan menarik simpati mereka dengan memberikan santunan, bantuan, dan memberikan alasan yang mudah di cerna dan menggunakan bahasa yang mudah di fahami oleh masyarakat.

Namun dari lembaga-lembaga yang telah dibentuk oleh partai NasDem seperti garda pemuda dan garda wanita, lembaga tersebut belum mampu berjalan efektif, lembaga tersebut berjalan ketika menjelang pemilihan umum legislatif, menjelang kampanye saja.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (Dewi Ade Anjani) lembaga-lembaga seperti Garda Pemuda, Garda Wanita merupakan organisasi sayap yang hanya sebagai pelengkap, dan belum mampu jalan sebagaimana

mestinya, dan yang mempunyai peranan penting adalah partai.

Dari pernyataan di atas merupakan salah satu faktor belum dapat tercapainya target suara yang di inginkan partai nasdem, karena belum berjalan efektifnya suatu lembaga yang telah di bentuk partai NasDem untuk mengambil simpati masyarakat.

D.1.4. Penggunaan Media Oleh Partai NasDem

Penggunaan media baik media elektronik maupun menggunakan menggunakan media massa berupa Koran, pamphlet, poster, baliho, spanduk dan melalui jejaring social, melalui sosialisasi, dan lain-lain, dimana menggunakan media ini dianggap sangatlah penting dalam proses kampanye dan sosialisasi politik pada pemilu. Dalam konteks politik moderen, media masa bukan hanya menjadi bagian yang integral dari politik, tetapi juga memiliki posisi yang sentral dalam politik. Media masa merupakan saluran komunikasi politik yang banyak digunakan untuk kepentingan menyebarluaskan informasi, menjadi forum diskusi publik dan

mengartikulasikan tuntutan masyarakat yang beragam. Semua itu dikarenakan sifat mediamassa yang dapat mengangkut informasi.

Sebagai partai baru, tentunya banyak harapan masyarakat terhadap partai NasDem, sebagaimana diketahui banyak masyarakat kecewa terhadap partai politik, karena salah satu tugas partai politik adalah menyampaikan aspirasi masyarakat. Namun masyarakat kecewa terhadap partai politik karena mereka cenderung lebih mementingkan kepentingan partainya saja di bandingkan kepentingan masyarakat. Partai nasdem merupakan satu-satunya partai yang lolos verifikasi untuk bisa ikut dalam pemilu legislatif 2014. Disini banyak harapan masyarakat terhadap partai NasDem.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (Junaidi, SP) harapan masyarakat terhadap partai NasDem adalah partai nasdem diharapkan tidak seperti partai-partai lain, misalnya para partai politik melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan mengharapkan imbalan yaitu suara, dan mereka melakukannya hanya pada saat akan di adakan pemilihan legislatif

setelah itu mereka menghilang, dan harapan masyarakat terhadap partai NasDem yaitu bisa berlanjut, apabila ada keterwakilan selama 5 tahun masyarakat berharap adanya perubahan, perubahan dari segi sistem pemerintahan, kepedulian terhadap masyarakat semakin meningkat, pendidikan yang berkualitas, masyarakat yang aman, sejahtera. Dalam memilih media selain melalui media masa dan menyampaikan Visi dan Missi partai NasDem kepada masyarakat, untuk mengambil simpati rakyat, partai NasDem juga melakukan strategi melalui di bentuknya lembaga atau organisasi yang disebut:

1. Garda Pemuda
2. Garda Wanita

Dari hasil wawancara dengan informan (Dewi Ade Anjani)

partai NasDem juga melakukan sosialisasi dengan menggunakan mekanisme perkenalan partai, pada tahap awal partai nasdem melakukan Bazar menjelang bulan suci Ramadhan, yang disebut Bazar ramadhan, selain itu juga partai NasDem memberikan santunan kematian, juga mengajak masyarakat untuk ikut bergabung sebagai keanggotaan partai nasdem, dengan

tujuan untuk merekrut anggota sebanyak-banyaknya dengan memberikan asuransi kematian.

Dalam kampanye pemilu legislatif parpol kontestan pemilu senantiasa berjuang keras untuk mendapatkan simpati masyarakat. Simpati tersebut harus mereka bangun melalui berbagai indikator yang kadang kala sulit di terapkan karena ketatnya persaingan. Kampanye pemilu legislatif tidak akan bergema luas tanpa peran media massa. Dengan demikian kehadiran media ketika sedang berlangsung kampanye pemilu legislatif menjadi sangat penting.

Hasil wawancara dengan informan (Randi, SE, MM) di peroleh informasi bahwa: Pada dasarnya media mempunyai pengaruh yang sangat penting terhadap sikap dan keputusan pemilih. Fenomena ini dapat kita lihat dalam pemberitaan media masa selama kampanye pemilu berlangsung. Visualisasi potensi pemilih hampir dapat di baca dan dipelajari melalui media masa. Disitu juga bisa di analisis tentang sikap, prilaku dan kecenderungan keputusan yang akan di ambil ketika pemilu legislatif berlangsung.

Pentingnya partai politik melakukan komunikasi melalui media karena komunikasi masa diarahkan kepada audiens. Pesan-pesan yang disebarakan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin khalayak secara serempak dan sifatnya sementara. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks. Selain itu partai NasDem jugam menggunakan lembaga sebagai salah satu media yang di gunakan. Lembaga tersebut adalah garda pemuda dan garda wanita. Lembaga-lembaga tersebut sudah dapat di bentuk dengan baik namun untuk proses pelaksanaannya lembaga tersebut belum dapat berjalan sesuai rencana sebagai mana semestinya, lembaga tersebut hanya di jadikan sebagai sayap pelengkap partai politik saja

E. KESIMPULAN DAN SARAN

E.1. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa:

a. Strategi komunikasi yang dilakukan partai NasDem untuk memahami khalayak adalah dengan mendirikan lembaga seperti lembaga garda pemuda dan garda wanita, tujuan dibentuknya lembaga tersebut adalah agar partai NasDem mampu untuk lebih mendekati diri kepada masyarakat dan dapat mengetahui dan memahami apa keinginan khalayak terhadap partai politik. Untuk mengambil simpati masyarakat, dengan didirikan lembaga garda wanita tersebut partai NasDem mengadakan kegiatan bazar, kantin ramadhan pada bulan suci ramadhan, namun kegiatan tersebut dilakukan menjelang pemilu saja. Begitu juga dengan dibentuknya lembaga garda pemuda, kegiatan yang di adakan lembaga garda pemuda itu adalah dengan mengajak para pemuda gotong royong membersihkan parit di sekitar tempat tinggal mereka. Namun kegiatannya juga dilakukan menjelang pemilu saja.

b. Menyusub pesan persuasive, mensosialisasikan misi dan visi partai politik, dimana masing-masing calon melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang program kerja

mereka dengan cara memberikan keyakinan kepada pemilih bahwa mereka akan mengatasi permasalahan yang belum di tuntaskan oleh pemerintah sekarang dengan di buatnya misi yang di sebut gerakan perubahan. Seperti masalah-masalah akses sarana dan prasarana transportasi, masalah kesehatan, pendidikan, dan isu selalu mengedepankan kepentingan masyarakat, dan masih banyak lagi isu-isu umum yang seringkali dijadikan materi dari masing-masing calon legislatif dalam menyusun pesan politik guna mendekati masyarakat pemilihnya.

c. Adapun Metode-metode yang dipilih partai NasDem yaitu dengan melakukan sosialisasi-sosialisasi kepada masyarakat, merekrut anggota sebanyak-banyaknya, dengan menarik simpati mereka dengan memberikan santunan, bantuan, dan memberikan alasan yang mudah di cerna dan menggunakan bahasa yang mudah di fahami oleh masyarakat. Dan membangun lembaga-lembaga partai seperti gada pemuda dan garda wanita, namun lembaga-lembaga yang telah didirikan oleh partai NasDem itu sendiri tidak berjalan efektif bahkan hanya dijadikan sebagai sayap dalam

partai politik. Lembaga tersebut hanya berjalan ketika menjelang pemilu saja.

d. Media yang digunakan oleh partai NasDem dalam pemilu anggota legislatif di Kabupaten Kubu Raya tahun 2014, yaitu menggunakan media massa dalam melakukan sosialisasi baik sosialisasi yang dilakukan untuk kepentingan partai politik maupun kepentingan bagi calon anggota legislatif dari partai NasDem secara pribadi, dengan menggunakan media masa materi kampanye lebih terarah dan lebih tersusun dengan rapi sehingga program-program yang di tawarkan oleh partai politik dapat diketahui dengan jelas. Selain itu partai NasDem juga menggunakan lembaga garda pemuda dan garda wanita untuk melakukan komunikasi terhadap masyarakat.

E.2. Saran

a. Untuk memahami kepentingan khalayak untuk calon pemilihnya hendaknya partai juga harus banyak mendekati diri kepada masyarakat tidak hanya melakukan sosialisasi atau pertemuan-pertemuan menjelang kampanye saja, namun bisa menyelenggarakan sosialisasi rutin paling paling tidak setiap bulan sekali,

agar dapat mengetahui permasalahan yang dihadapi masyarakat.

b. Dalam menyusun pesan persuasive seharusnya Bagi calon legislatif pada kegiatan kampanye agar dapat menciptakan respon positif dari masyarakat pemilih, untuk itu perlu disusun pesan politik yang benar-benar sesuai dengan realita permasalahan yang terjadi di masyarakat. Materi pesan politik yang disampaikan calon legislatif adalah solusi atas permasalahan yang dihadapi masyarakat. Pesan politik harus menyertakan visualisasi mengenai dampak positif atas respon tertentu yang diharapkan muncul dari masyarakat pemilih.

c. Adapun metode yang digunakan setidaknya harus berupaya untuk membangun komunikasi yang intensif dengan konstituen perlu terus di kembangkan dan tidak hanya di mulai pada saat akan di adakannya kampanye pemilu. Kontinuitas calon legislatif membangun komunikasi yang intensif dengan konstituennya akan menyebabkan calon legislatif tidak mengalami kesulitan dalam memetakan karakter masa pemilih dan daerah penyebarannya.

d. Dalam menggunakan media hendaknya partai NasDem harus menggunakan media yang mudah dijangkau oleh seluruh masyarakat, sebagai mana yang telah di ketahui untuk masyarakat pedalaman, tidak semua masyarakat yang memiliki televise, bahkan ada daerah yang belum memiliki penerangan (listrik).

F. REFERENSI

- Arifin, Anwar. 2003. *Tujuan Komunikasi Politik Citra Politik, Pendapat Umum, Partisipasi Politik dan Pemilu*, Jakarta: LPK DPP Partai Golkar.
- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Black, A. James And Dean. J. Champion. 2009. *Metode Dan Masalah Penelitian Sosial*. Bandung : Refika Utama
- Budiardjo, Miriam. 2000. *Pengantar Ilmu Politik*, Jakarta : Gramedia
- Budiardjo, Miriam. 2004. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- _____. 2008. *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Jakarta; Gramedia.
- Effendy, Onong U, 1993, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosda Karya: Bandung.
- Faisal, Sanapiah. 1992. *Format-Format Penelitian Social Dasar-Dasar Dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Faisal, Sanapiah. 2005 *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Firmanzah, 2008, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Jack, Plano dkk. 1989. *Kamus Analisa Politik*. Jakarta : Rajawali
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Masyuri Dan M. Zainuddin. 2008. *Metodologi Penelitian, Pendekatan Praktis Dan Aplikatif*. Bandung : Refika Aditama
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Penerbit CV Alfabeta.
- ### Sumber Dokumen Pemerintah
- Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008. *Tentang partai politik*. jakarta : fokus media
- Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011. *Perubahan atas Undang-Undang Nomor 2 tahun 2008 tentang Partai Politik*.
- ### Sumber Tesis
- Ahmad Budiman. 2009. “ strategi komunikasi partai politik pada kampanye pemilu legislatif 2009 di kota medan provinsi Sumatra utara”. Program Pascasarjana Universitas Sumatra utara
- Dumri. 2010. *Pelaksanaan Komunikasi Politik Komisi Pemilihan Umum*. Pontianak : Tidak Diterbitkan

Febi Leofano. 2005. “ Strategi Politik Tim Sukses Gusmawan Fauzi – Marlis Rahman Dalam Meraih Kemenangan Pada Pilkada Sumatra Barat Tahun 2005 Di Kota Padang”. Program Pascasarjana Universitas Andalas.

Harwis. 2011 *Bentuk Komunikasi Politik Yang Diterapkan Oleh Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah*. Pontianak : Tidak Diterbitkan

Nge, Herri Jenius. 2009. *Pelaksanaan Fungsi Komunikasi Partai Politik*. Pontianak : Tidak Diterbitka

Sumber Internet

Ahmad Zayyinul Khasan. 2013. Pandangan Rakyat Kecil Terhadap Partai Politik.
<http://sunangirimpm.blogspot.com/2013/08/pandangan-rakyat-kecil-terhadap-partai.html>. Di unduh 5 desember 2013.

Dio Satrio Jati. 2011. *Analisa Fenomena Partai Politik Di Indonesia*.
<http://politik.kompasiana.com/2011/10/11/analisis-fenomena-partai-politik-di-indonesia-400573.html>. Di akses pada 09 desember 2013/20:08

Harjanto. 2011. pragmatisme partai politik <http://koran-sindo.com/node/311810>. Di akses pada tanggal 9 desember 2013/22:12

Nisya Rifiani. 2007. Partai Politik Sebagai Sarana Komunikasi Politik
http://nisyarifiani.blogspot.com/2013/02/kuliah-komunikasi-partai-politik_19.html. Di unduh 24 maret 2014

Rommy. 2014. Sejarah singkat partai nasdem
<https://www.partainasdemo250.org/mem>

<ber/login.php>. Di akses 09 mei 2014/ 11:30.

Adsense. 2012. Tujuan, Fungsi, Hak, dan Kewajiban Partai Politik
<http://zonapolitika.blogspot.com/2012/10/tujuan-fungsi-hak-dan-kewajiban-partai.html>. Di akses 19 juni 2014/ 22:32



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH/PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK JURNAL ELEKTRONIK MAHASISWA**

Sebagai sivitas akademika Universitas Tanjungpura, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : SURYANI
NIM / Periode lulus : E02110071 / 2014
Fakultas/Jurusan : ISIPOL / IA / Ilmu Politik
E-mail address/HP : Suryani2991@yahoo.co.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemenuhan syarat administratif kelulusan mahasiswa (S1), menyetujui untuk memberikan kepada Pengelola Jurnal Mahasiswa.....*) pada Program Studi Ilmu Politik..... Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **):

Komunikasi Politik Partai Nasional Demokrat (Nasdem) untuk Pemilihan Legislatif 2014 Di Kabupaten Kubu Raya Provinsi Kalimantan Barat

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Pengelola Jurnal berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain):

- secara fulltext
- content artikel sesuai dengan standar penulisan jurnal yang berlaku.

untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Pengelola Jurnal, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Mengetahui/disetujui
Pengelola Jurnal 7 Nov. 2014

Vori Faturrahman, S.P., M.S.
NIP. 196911222002121002

Dibuat di :
Pada tanggal:

(SURYANI)
nama terang dan tanda tangan mhs

catatan:

*tulis nama jurnal sesuai prodi masing-masing

setelah mendapat persetujuan dari Pengelola Jurnal, berkas ini harus di scan dalam format PDF dan dilampirkan pada step4 upload supplementary sesuai proses unggah penyerahan berkas (submission author).