Polikrasi: Journal of Politics and Democracy, Volume 2 Nomor 2, 2023, Halaman 93-105
https://idereach.com/Journal/index.php/polikrasi

Strategi Kampanye Politik Partai Nasdem Di Media Instagram Pada Pemilu 2019

Bella Triana Cantika Putri[1], Restu Rahmawati[1*], dan Anwar Ilmar[1]
[1]Jurusan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, 12450, Jakarta-Indonesia
Koresponden: restu.rahmawatii@upnvj.ac.id

INFO ARTIKEL

Info Publikasi:
Research Article

Dikirim: 12 Februari, 2023;
Diterima: 20 Maret, 2023;
Dipublikasi: 30 Maret, 2023;

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by Polikrasi

This is an open-access article. License: Attribution-NonCommercial-ShareAlike (CC BY-NC-SA)

How to cite:
Putri, B. T. C., Rahmwati, R., dan Ilmar, A. (2023). Strategi Kampanye Politik Partai Nasdem Di Media Instagram Pada Pemilu 2019. *Polikrasi: Journal of Politics and Democracy, 2(2), 93-105*

ABSTRAK

Abstrak. Tulisan ini akan mengkaji tentang strategi kampanye politik Partai Nasdem di Media Instagram pada Pemilu 2019. Fenomena politik kampanye saat ini di warnai dengan meledaknya media digital dimana media digital menjadi arus utama bagi aktivitas kampanye yang dilakukan secara langsung. Menurut Rise dan paisley Kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi keyakinan dan perilaku orang lain dengan daya tarik komunikasi. Kampanye adalah upaya bersama yang dipimpin oleh sekelompok orang dengan tujuan mengubah sikap dan perilaku tertentu. Skripsi ini akan mengkaji aktivitas kampanye online Instagram sebagai media kampanye dengan menggunakan studi kasus Partai Nasdem, karena penulis tertarik dengan keberhasilan Nasdem yang selalu meningkat setiap tahunnya, keberhasilan yang dilakukan oleh Nasdem tidak luput dari strategi kampanye yang dilakukannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian eksplanasi dengan metode studi kasus (case study). Teori yang digunakan adalah teori marketing politik oleh Kotler dan Armstrong yaitu marketing-mix 4p (product, promotion, price dan place). sebagai data primer penelitian dengan teknik penentuan informan dilakukan secara purposive sampling. Kedua, dokumentasi sebagai data sekunder penelitian. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa Partai NasDem berhasil melakukan Kampanye di Media Sosial Instagram @official_nasdem. Dengan menggunakan strategi kampanye 4P yaitu Promosi, Price, Place, Produk. Keberhasilan kampanye pemilu 2019 Partai NasDem di media sosial Instagram @official_nasdem tidak luput dari hambatan-hambatan

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

seperti bazer, hoax, dan black campaign.Namun hambatan ini bukan menjadi suatu penghalang bagi akun @official_nasdem untuk terus memberikan edukasi politik, ataupun sosialisasi politik melalui konten kampanye yang di unggahnya.

Abstract. *This study aims to analyze the Nasdem Party political campaign strategy on Instagram Media in the 2019 Election. The phenomenon of political campaigns is currently colored by the explosion of digital media where digital media is the main stream for direct campaign activities. According to Rise and Paisley Campaign is the desire to influence the beliefs and behavior of others with the appeal of communication. A campaign is a joint effort led by a group of people with the goal of changing certain attitudes and behaviors. This thesis will examine Instagram's online campaign activities as a campaign medium using the case study of the Nasdem Party, because the author is interested in the success of Nasdem which always increases every year, the success carried out by Nasdem is inseparable from the campaign strategy it carries out. This study uses a qualitative approach and the type of research used is explanatory research with the case study method. The theory used is political marketing theory by Kotler and Armstrong, namely the 4p marketing-mix (product, promotion, price and place). as primary research data with the technique of determining informants carried out by purposive sampling. Second, documentation as secondary research data. The research results obtained show that the NasDem Party has succeeded in carrying out a campaign on Social Media Instagram @official_nasdem. By using the 4P campaign strategy, namely Promotion, Price, Place, Product. The success of the NasDem Party's 2019 election campaign on social media Instagram @official_nasdem did not escape obstacles such as bazers, hoaxes, and black campaigns. However, these obstacles did not become a barrier for the @official_nasdem account to continue providing political education, or political outreach through campaign content. which was uploaded.*

Keywords: *Campaign Strategy; General Election; Partai Nasdem; Social Media Campaign*

1. Pendahuluan

Tulisan ini akan mengkaji aktivitas kampanye online Instagram sebagai media kampanye dengan menggunakan studi kasus Partai Nasdem. Kampanye politik dilakukan dengan konstituen yang bersifat tatap muka seperti door to door campaign, rapat akbar dan forum tatap muka lainnya. Namun, perkembangan media saat ini telah menciptakan wadah partisipasi masyarakat di ruang digital, sehingga menjadi sarana potensial bagi partai politik untuk melakukan kampanye politik. Fenomena politik kampanye saat ini di warnai dengan

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS

meledaknya media digital dimana media digital menjadi arus utama bagi aktivitas kampanye yang dilakukan secara langsung. (Yudistira, 2014)

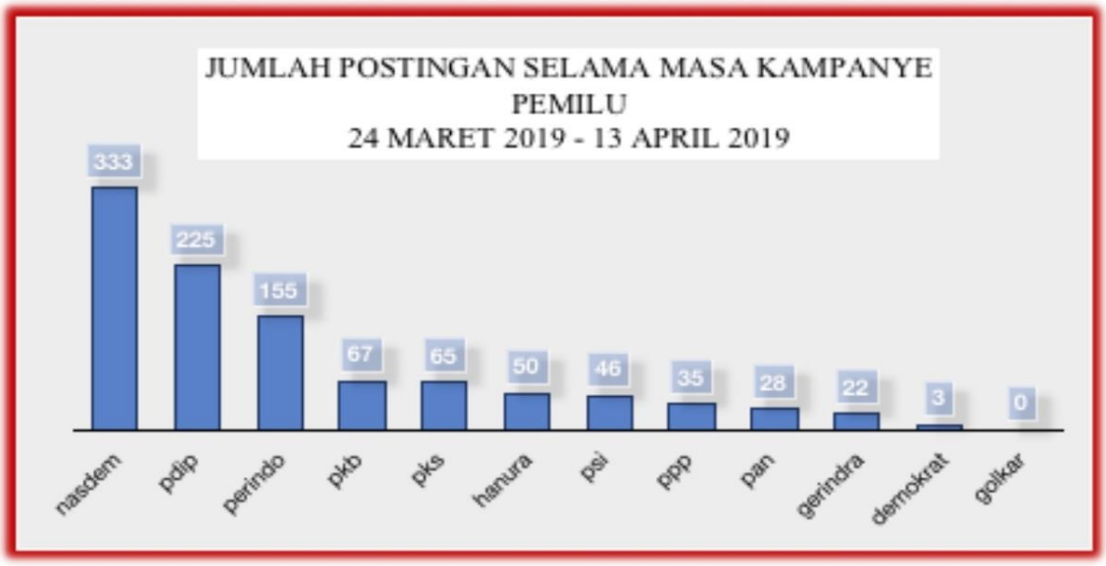
Fenomena kampanye Pemilu 2019 sangat berwarna mulai dari rapat akbar yang dilakukan oleh masing masing partai secara besar besaran hingga saling serangnya para pendukung satu antara lainnya. hal ini menimbulkan berbagai macam masalah mulai dari Hoaks atau biasa disebut penyebaran berita bohong, fitnah kampanye hitam, pemanfaatan isu SARA. Tak selamanya media sosial menawarkan hal yang positif, di antaranya adalah fenomena cebong kampret yang sempat mewarnai tanah air dimana istilah ini muncul saat Pemilu 2019 hal ini dikarenakan Partisipasi masyarakat dalam urusan politik dapat ditingkatkan dengan memberikan lebih banyak pendidikan dan kesadaran tentang masalah politik, serta dengan melibatkan lebih banyak orang yang memiliki pemahaman mendalam tentang masalah tersebut. Media sosial merupakan alat yang penting dalam proses sosialisasi demokrasi, namun perlu lebih diperhatikan agar dapat digunakan secara efektif dalam mempromosikan demokrasi. Kampanye merupakan suatu kegiatan penting yang dilakukan dalam Pemilu bertujuan untuk mempengaruhi khalayak sasaran yang ditetapkannya, perdebatan gagasan dan hal hal negatif lainnya yang terjadi di dalam masa kampanye merupakan hal negatif yang harus dirubah arahnya menjadi kampanye positif yang dilakukan sebagai upaya pendidikan politik masyarakat (Harahap, 2020)

Dinamika sosial politik Indonesia sejak reformasi 1998 cukup berwarna, setiap kandidat dan calon akan melakukan proses kampanye politiknya, dalam beberapa kasus akan terlihatadanya proses kampanye yang tidak sehat. Seperti penggunaan cara-cara radikal, meski demikian jumlahnya relatif kecil. Proses kampanye di Indonesia sejauh ini dapat terbilang berjalan sebagaimana mestinya, dalam kampanye politik salah satu hal yang penting adalah pesan-pesan yang di sampaikan kandidat. Masing-masing berlomba lomba membawakan tema dan topik yang menarik untuk ditawarkan kepada masyarakat, yang biasa kita dengar dengan janji-janji politik. Hal ini bisa jadi benar karena itu merupakan bagian dalam pesan kampanye politik (Fatimah, 2018).

Penulis mengambil studi kasus Partai Nasdem karena penulis tertarik dengan keberhasilan Nasdem yang selalu meningkat setiap tahunnya, keberhasilan yang dilakukan oleh Nasdem tidak luput dari strategi kampanye yang dilakukannya seperti postingan partai Nasdem pada laman instagramnya yang giat memposting kegiatannya serta menjadikannya unggul dari partai politik lainnya saat masa kampanye media online. Data banyaknya postingan Instagram masing-masing partai pada masa kampanye pemilu 24 maret-13 april 2019 adalah sebagai berikut:

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS



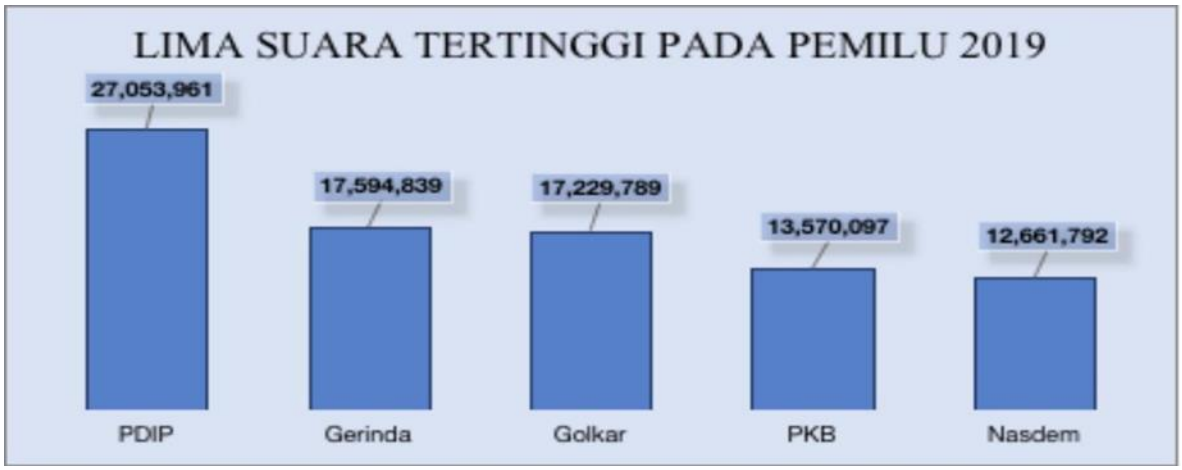
Gambar 1 Postingan Partai pada Masa Kampanye 2019

Sumber : official Instagram masing masing partai

Partai Nasdem adalah partai baru, Pemilu 2014 merupakan pemilu pertama, Partai Nasdem yang merupakan partai baru, Nasdem selaku partai yang baru dua kali mengikuti pemilu yaitu tahun 2014 dan 2019 memiliki perbandingan perolehan suara yang sangat jauh berbeda. Pada Pemilu 2014, diikuti 10 partai politik. Nasdem berhasil mendapatkan 6,72% dan berhasil mendapatkan 35 kursi di DPR, mengungguli partai PPP dan Hanura yang notabene lebih dulu berpartisipasi dalam Pemilu 2009. Berikut adalah hasil perolehan suara Pemilu 2014: Partai Nasdem 8.402.812 (6,72 persen), Partai Kebangkitan Bangsa 11.298.957 (9,04 persen), Partai Keadilan Sejahtera 8.480.204 (6,79 persen), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan 23.681.471 (18,95 persen),Partai Golkar 18.432.312 (14,75 persen), Partai Gerindra 14.760.371 (11,81 persen), Partai Demokrat 12.728.913 (10,19 persen), Partai Amanat Nasional 9.481.621 (7,59 persen), Partai Persatuan Pembangunan 8.157.488 (6,53 persen), Partai Hanura 6.579.498 (5,26 persen). Pemilu 2019 merupakan pemilu kedua yang dikuti oleh Nasdem, dan berhasil masuk lima besar dengan persentase suara 9,05%, Nasdem berhasil naik dua peringkat, yang awalnya berada di peringkat tujuh pada Pemilu 2014, naik ke peringkat lima pada Pemilu 2019. Berikut perolehan suara Pemilu 2019: PDI-P 19,33%, Gerindra 12,57%, Golkar 12,31%, PKB 9,69%, Nasdem 9,05%, PKS 8,21%, Demokrat 7,77%, PAN 6,84%, PPP 4,52%, Perindo 2,67%, Berkarya 2,09%, PSI 1,89%, Hanura 1,54%, PBB 0,79%, Garuda 0,50%, dan PKPI 0,22%. Partai Nasdem menduduki posisi lima besar dengan perolehan suara terbanyak dalam pemilu 2019 dengan urutan sebagai berikut:

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS



Gambar 2 Suara Tertinggi pada Pemilu 2019

Sumber : Kompas.com

Nasdem menjadi Partai yang disoroti karena keberhasilannya mendominasi kursi-kursi parlemen. Tingkat pemilu Partai Nasdem sangat luar biasa, dalam beberapa tahun saja, Nasdem mampu menarik simpatisan nasional dalam jumlah yang signifikan. Ini merupakan upaya partai untuk menerapkan strategi media yang dikenal publik. Instagram menjadi media digital baru sebagai salah satu strategi kampanye partai Nasdem.

Dapat dilihat pada laman media sosial Nasdem mereka aktif untuk menyuarakan dan menyampaikan pendapat visi misi setiap anggota nya bukan hanya di waktu kampanye saja namun sebelum masa kampanye pun akun media sosial Nasdem sudah aktif memposting hal-hal yang menarik guna mendapatkan simpati masyarakat. Pada 13 April 2019 akun Instagram Nasdem melaporkan kegiatan kegiatan kampanye yang dilakukannya seperti moment kampanye akbar, video blusukan anggota ke beberapa tempat dan plosok serta memperlihatkan keramaian kampanye massa yang dilakukan di bundarah HI. Nasdem turut memperlihatkan keanekaragaman budaya kepada masyarakat guna menarik simpatik masyarakat serta memperkenalkan keanekaragaman budaya salah satunya adalah tari bali dan reog ponorogo yang dilakukan di tengah tengah kampanye massa tersebut bukan hanya di Bundaran HI. Nasdem juga melakukan kampanye besar dan terbuka di Lapangan GBK dengan caption langit biru menjadi saksi kebulatan tekad untuk #IndonesiaMaju dan berjuang Bersama @jokowi dan @khmarufamin_ di konser putih Bersatu. Nasdem turut menggandeng beberapa artis ibu kota untuk memeriahkan kampanye akbar tersebut Nasdem pun ikut mensukseskan kampanye Jokowi, dapat dilihat pada beberapa postingannya Nasdem.

Dalam menarik simpati masyarakat pula Nasdem memperkenalkan istilah "politik tanpa mahar". Dalam buku Willy Aditya, The Morality of the Republic, dikatakan bahwa ide ini harus memenangkan empati masyarakat (Ahmad Sahron, 2019). Dalam situasi demokrasi yang semrawut ini, Nasdem telah membuka terobosan transformatif dan konstruktif. Jargon ini adalah kebijakan, bukan sekedar ide. Terminologi itu sendiri lahir dari hambatan politik Indonesia yang mendiskualifikasi orang baik dan tulus. Hal ini sejalan dengan etika politik Nasdem, di mana Nasdem sangat mementingkan kekokohan dan kejujuran. Menurut Surya Paloh, perubahan berarti melawan arus utama.

Jauh sebelum masa kampanye diadakan Nasdem sudah terbiasa memposting apapun kegiatan yang dilakukan oleh anggotanya, disetiap acara dan kegiatan yang menarik dengan gambar serta tulisan tulisan yang menarik pula postingan yang diberikan Nasdem Juga disukai

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS

oleh banyak masyarakat. Terlihat dari, postingan Nasdem selama masa kampanye online berlangsung dimana Nasdem mempunyai postingan terbanyak di antara patai lainnya serta Postingan Nasdem selalu mendapatkan jumlah like diatas angka 1000 dan antusias komen disetiap postingannya tidak hanya itu, Nasdem rutin membagikan kegiatan keseharian kandidat-kandidat partainya dalam melakukan aktivitas politiknya hampir setiap saat guna menjadi salah satu daya tarik di dalam Instagram. Dengan memakai pendekatan 4P dan dilakukan penelitian ini diharapkan Partai Nasdem menjadikan insgaram sebagai sarana timbal balik dan komunikasi dua arah antara masyarakat dan @official_nasdem selain itu penulis juga berharap bahwa dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan mampu menyajikan referensi bagi para pegiat politik praktis dalam menyusun strategi kampanye yang efektif dan efisien, terutama dalam persiapan pemenangan pemilu selanjutnya.

2. Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dimana penelitian yang dilakukan melalui penjelasan dari sudut pandang verbal atau linguistik dalam konteks tertentu yang memahami perilaku, persepsi, motif, perilaku dan fenomena lainnya secara keseluruhan dan menggunakan metode alami dan alami. (A,Rijali,2018). Pendekatan kualitatif ini menitik beratkan pada data data penelitian yang akan dihasilkan melalui wawancara dan pengaamatan dalam bentuk kata-kata. Dalam Siyoto&Sodik (2015:28), metode kualitatif adalah suatu metode penelitian yang hasilnya berupa data deskriptif seperti sikap serta perkataan dari objek yang diamati. Deskriptif dalam metode ini artinya bahwa setiap penelitian yang diteliti akan di uraikan dengan cara memberikan gambaran mengenai kondisi subjek penelitian berdasarkan fakta hasil pengamatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus ini merupakan suatu pendekatan untuk menyelidiki dan memahami suatu peristiwa atau masalah dengan mengumpulkan beberapa informasi, mengolah dan menganalisisnya untuk memperoleh jawaban dan solusi dari masalah yang ada (Bungin, 2013)

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan informan Wakil Koordinator Media Center DPP Partai Nasdem dan Ketua Timses Partai NasDem. Mereka adalah pihak yang diharapkan memahami strategi kampanye partai dan memberikan informasi yang detail, lengkap dan sedetail mungkin kepada peneliti guna menyelesaikan penelitian mengenai strategi. Dokumentasi merupakan pengumpulan data melalui dokumentasi untuk mendapatkan data-data guna menjadi data historis. Dokumentasi sendiri sangat berguna sebagai data pendukung dari data primer yang di dapatkan melalui beberapa sumber. Dokumentasi pada penelitian ini berupa kegiatan pada media sosial khususnya instagram seperti foto, video, hastag, caption.

3. Hasil dan Pembahasan

Strategi Partai Nasdem dalam melakukan kampanye politik dilakukan dengan melalui:

1. Promosi

Merujuk dari konsep strategi kampanye pendekatan dengan memakai Teori Mix Marketing Kotler dan Armstrong dimana pada teori ini dijelaskan beberapa alasan pertama adalah Promosi dimana kegiatan ini berkaitan dengan aktivitas partai politik dalam usaha menyebar informasi kepada seluruh anggota dan para simpatisannya, beberapa sarana yang dapat dipakai seperti periklanan, sales, promotion, publikasi, public relation. Partai NasDem menggunakan Instagram sebagai platfrom pada kampanye media online mereka, pembuatan konten-konten, yang lebih rinci dan spesifik semua di jelaskan pada platfrom ini agar masyarakat mendapatkan jalur

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS

komunikasi dua arah. Dalam hal ini akun @official_nasdem menyesuaikan konten yang dibutuhkan pada saat kampanye pemilu 2019 Nasdem pula menggolongkan masing masing konten untuk setiap media sosialnya, seperti mengikuti klarifikasi khusus setiap Platfrom. Sakti,dkk (2020). Melihat dari official_nasdem terdapat 333 postingan Instagram pada saat Kampanye Pemilu 2019 dengan kurun waktu 24 Maret 2019- 13 April 2019. Hal ini merupakan salah satu Strategi promosi yang dilakukan Partai NasDem dalam melakukan Kampanye Media Sosialnya, seperti yang sudah di jelaskan di atas bahwa konten-konten yang ada dalam postingan @official_nasdem memiliki beragam konten demi menarik perhatian khalayak masyarakat konten yang di muat pun telah di kemas semenarik mungkin beberapa konten-konten lainnya pun akan di bahas di bawah ini bersama dengan caleg caleg yang di usung Partai NasDem ;

Gambar 3 Promosi H. Charles Meikyansah Caleg DPR RI Partai NasDem Dapil Jawa Timur IV

Partai NasDem, mempromosikan bapak H. Charles Meikyansah sebagai Caleg DPR RI Partai NasDem Dapil Jawa Timur IV. H. Charles Meikyansah mencalonkan diri dari Partai NasDem dengan nomor urut lima bersaing dengan beberapa nama besar di internal partai seperti ; drg. Abdur Rochim, Lathifa Al Anshori, Feriyanto Putra, Imelda Soraya hingga Yudi Hartono maupun Inkumben seperti Arif Wibowo dari Partai Demkrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Syaiful Bahri Anshori dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dan Bambang Haryadi dari Partai Gerindra.

Dapat dilihat dari kedua konten di atas merupakan salah satu bentuk strategi kampanye politik yang dilakukan Partai NasDem untuk mengusung Bapak H. Charles Meikyansah sebagai caleg DPR RI, konten ini dibuat untuk memperkenalkan caleg kepada masyarakat agar caleg lebih dikenal oleh masyarakat, dapat dilihat juga pada konten di atas bapak H. Charles Meikyansah melakukan pendekatan dan silahturahmi kepada Pesantren dengan harapan pesantren dapat melahirkan pengusaha muda pada konten tersebut pula disematkan quote perkataan singkat dari bapak Charles "kami berharap dari pesantren akan muncul wiraushawan wirausahawan muda yang mampu membuat perusahaan rintisan (starup) yang bisa berjaya nanti di indonesia" dengan caption bapak Charles mempunyai harapan besar dan siap mendorong para lulusan pesantren untuk bersaing dan menjadi seorang pengusaha sukses sehingga turut andil santri dalam kemajuan bangs aini akan semakin terasa di berbagai bidang kehidupan dengan hastag #HajiCharles #NasDemAntiMahar #PolitikTanpaMahar #17AprilPilihNasDem.

Pengaruh media sosial sangat besar, terutama saat pemilu 2019 banyak sekali bazer- bazer dan influencer masing masing kubu dari Capres dan Caleg yang mempunyai jagoannya (influencer). Media sosial sangat berperan sekali selain mendulang suara untuk kaum milenial, media sosial dapat dikatakan sebagai bentuk yang dinamis, dimana semua perkembangan

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS

kegiatan kinerja dan perkembangan calon capres caleg semua dapat di beritakan dan di infokan dari media sosial. kampanye melalui media sosial menjadi salah satu yang utama bagi partai Nasdem, partai NasDem menggunakan media sosial instagram ini untuk menggait kaum milenial.

Disini dilihat bahwa penggunaan hastag merupakan menjadi pelengkap promosi Partai NasDem dalam berpolitiknya selain # sendiri digunakan untuk menjadi penghubung percakapan antara partai dengan masyarakat, Hastag # juga digunakan untuk mengkumpulan post instagram terbaru dari semua orang yang memposting hastag tersebut, dari beberapa konten yang sudah di posting oleh @official_nasdem yang di sertai dengan caption serta hastag yang menarik dan sudah dipikirkan secara matang membuktikan bahwa hal tersebut merupakan salah satu strategi promosi kampanye Partai NasDem dalam media sosial Instagram.

Bukti yang memperkuat bahwa Partai NasDem merupakan salah satu partai yang berhasil berkampanye pada media sosial Instagram adalah engagement yang di dapatkannya, Partai NasDem lah yang mempunyai Engagement tertinggi sebesar 2,83%. Engagement ini merupakan suatu hal yang terpenting bagi Kampanye media sosial dimana Engagement ini sebagai bukti adanya timbal balik dan komunikasi dua arah antara Instagram dengan netizen atau masyarakat hal ini yang menjadi dasar landasan keberhasilan Instagram sebagai alat Kampanye Media Sosial Partai NasDem. Data di atas akan di perkuat dengan engagement yang di dapatkan oleh Partai NasDem. Berikut adalah beberapa presentase yang membuktikan bahwa NasDem unggul pada engagement Instagram

2. Price

Price (harga) diartikan sebagai kemampuan dan kesediaan anggota partai dan konstituen dalam memberikan pengorbanan material dan beban psikologis untuk disumbangkan kepada partai, makin tinggi kesedian berkorban maka partai politik memiliki harga yang kompetitif dengan artian product diminati walaupun dengan pemberian pengorbanan material dan immaterial bagi pendukungnya. Dimana dalam hal Instagram, anggota partai maupun partai tidak memakai dan mengeluarkan dana untuk berkampanye pada laman Instagram NasDem. Partai NasDem menggunakan Instagram sebagai Strategi kampanye dikarenakan Instagram dapat menekan dana pengeluaran kampanye dimana dengan menggunakan Instagram membuat Partai NasDem menghemat dana kampanye. Hal ini dikarenakan Instagram merupakan sebuat platfrom tidak berbayar dimana penggunanya tidak perlu mengeluarkan uang karena hanya cukup mendownload aplikasinya atau membuka situsnya. Hal ini tidak seperti saat menggunakan website prabayar untuk promosi. (Nowo, 2023)

Hal ini diperkuat dengan survei Kata data Insight Center (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo)

> *"(Namun tidak bisa di pungkiri biaya yang begitu besar juga membuat Partai Nasdem cenderung memilih melakukan kampanye pada media sosial instagram yang mana hasil survey itu menunjukkan, bahwa masyarakat Indonesia cenderung lebih mempercayai informasi yang tersebar di media sosial dibandingkan situs resmi pemerintah ataupun televisi)"*

Berdasarkan penjelasan dari Kata data Insight Center (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) kampanye media sosial merupakan salah satu jalan yang lebih efektif dan mudah di jangkau oleh semua kalangan tidak terkecuali, media sosial khususnya instagram juga merupakan salah satu media yang banyak di kunjungi keempat setelah, youtube, whatsapp, dan facebook. Hal ini dibuktikan dengan telah dilaporkannya

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS

jumlah pengguna instagram mencapai 61.610.000 November 2019. Maka dapat dikatakan bahwa sekitar seperempat jumlah penduduk indonesia 22,6 persen merupakan pengguna aktif instagram. Maka dari itu Partai Nasional Demokrat menjadi salah satu partai yang berhasil mendulang suara terbanyak kelima setelah PDIP, Gerinda, Golkar dan PKB dengan perolehan suara 12,661,792. meskipun dapat dikatakan bahwa Partai NasDem terbilang partai baru namun dengan kurun waktu kurang dari satu dekade Partai NasDEM sudah berhasil memperlihatkan taringnya pada kancah perpolitikan Indonesia.

3. Place (Penempatan/Distribusi)

Place (tempat), dalam kontek politik dapat di artikan sebagai sarana kemudahan bagi para calon anggota, simpatisan dalam memperoleh pelayanan informasi, transfer ide, pengorganisasiaan dan kehormatan politik praktis. Untuk bersaing dalam Pemilu 2019 Partai Nasdem mempunyai cara tersendiri yaitu setiap Caleg maupun Kader akan terjun langsung ke masyarakat untuk menarik perhatian dan simpati masyarakat yaitu dengan berkampanye menyebarkan visi-misi serta mendekatkan diri kepada masyarakat. Setiap Caleg maupun Kader akan megikuti kegiatan kegiatan sosial untuk membantu masyarakat, Caleg NasDem serta Kadernya akan mengandalkan kampanye terbuka dimana salah satunya adalah pembuatan event-event yang dapat menarik perhatian masyarakat seperti event games yang akan di gemari para kaum milenial, event music mulai music dangdut hingga music terkini event olahraga seperti futsal hal ini akan di beritahukan pada laman Instagram @official_nasdem masyarakat akan lebih mudah melihat informasi mengenai acara-acara apa saja yang akan di selenggaran NasDem berikut tempat dan waktunya pula. Sakti, dkk (2020)

Dalam mengumpulkan masa, Caleg NasDem mempunyai caranya masing-masing tergantung kepada latar belakang caleg serta kemampuan tersebut dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Setiap Caleg dan Kader juga menggunakan masing-masing media sosialnya untuk saling berkampanye dan untuk menarik simpatik masyarakat seperti mengajak audiens bertukar pirkiran, bertukar pendapat, bahkan giveaway games games menarik.

Gambar 4 Acara yang diselenggarakan Partai NasDem dalam Pemilu 2019

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS

Seperti pada gambar di atas setiap kegiatan maupun acara besar yang akan di lakukan oleh partai maupun Caleg dan Kader untuk menarik simpatik masyarakat akan secara langsung di update/upload di Media Sosial Instagram @official_nasdem seperti salah satunya mengadakan acara-acara tradisional yang digemari oleh masyarakat guna menarik perhatian masyarakat semuanya tidak lupa di beritakan pada laman sosial media instagram @official_nasdem Partai NasDem. Dalam place selain tempat menyebarkan informasi yaitu instagram yang di maksudkan sebagai tempat dan sarana kemudahan bagi para calon anggota, dalam memperoleh transfer ide, pengorganisasian dan sosialisasi politik dan kampanye politik.

4. Produk (Official_nasdem)

Product (produk) dimana product partai politik yang dijual adalah platform partai yang berisi konsep, identitas, ideologi dan program kerja serta janji janji yang memberikan harapan perbaikan nasib di masa mendatang hal ini bersifat abstrak dan harus di kemas dengan baik untuk disampaikan kepada masyarakat melalui kelompok sasaran. Instagram sebagai salah satu media penyampaian strategi produk Partai NasDem yang berisikan platfrom Partai mengenai ”Identitas Partai NasDem dimana Identitas sesungguhya terletak pada POLITIK GAGASAN yang ditawarkan kepada bangsa Indonesia. Ini yang membedakan kita dengan partai-partai lain”. Hal ini lah yang di sampaikan oleh Bapak Willy Aditya selaku Caleg DPR RI Partai NasDem Dapil Jawa Timur XI dengan Nomor Urut 1.

Politik gagasan sendiri adalah praktik politik yang mengedepankan gagasan sebagai komoditi utama yang ditawarkan kepada publik sekaligus menjadi agenda utama perjuangan Partai Politik. Politik gagasan tidak menjadikan kekuasaan sebagai tujuan melainkan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Politik gagasan yang di keluarkan oleh Partai NasDem adalah Koalisi tanpa syarat pada saat Pemilu dan Politik Tanpa Mahar hal ini lahir dari pemikiran bahwa kerja sama politik atau biasa disebut koalisi mestinya tidak didasarkan pada syarat-syarat seperti jatah kursi kabiner, melainkan kesamaan pikiran dan kepentingan. (Aditya, 2019)

Dari penjelasan informan penelitian dapat dilihat bahwa Instagram sebagai media sosial yang di gunakan Partai NasDem dalam menyebarkan berita pemberitahuan serta informasi kepada masyarakat, Instagram juga digunakan untuk menyebarkan beberapa platform mereka seperti identitas, konsep, janji-janji serta ideologi. Instagram juga menjadi salah satu tempat komunikasi dua arah dari pengguna Media sosial kepada masyarakat. Dapat dilihat pula bahwa Partai Nasdem juga mempunyai followers hingga sebanyak ini dari titik 0 tanpa ada beli followers, dari foto foto yang di upload NasDem memiliki like rata rata 1000 dan NasDem sengaja membuat konten konten yang dapat memicu dua arah dimana hal ini dapat dijadikan dialog kepada NasDem dan netizen. Partai NasDem ingin menunjukan bawa politik tidak sepenuhnya berat hal ini menjadikan NasDem sebagai corong kepada masyarakat, jadi masyarakat bisa menyampaikan pendapatnya atas kebijakan tertentu dari pemerintah ataupun dari partai NasDem dan Nasdem selalu berusaha mengikuti trend-trend yang ada dengan tidak ingin ketinggalan isu-isu yang terkini dan kekinian. Partai NasDem juga menjadikan Instagram sebagai corong dari penyebaran informasi dan penyebaran Ideologi serta Konsep dan Janji-Janji Caleg yang akan naik ke meja DPR RI.

Merujuk dari Teori Mix Marketing dalam Strategi Kampanye Politik Partai NasDem yang memakai 4 indikator yaitu Promosi, Price, Place dan Product. Maka dapat dikatakan bahwa Partai NasDem merupakan salah satu partai yang berhasil berkampanye pada media sosial instagram, dimana pada Pemilu 2019 ini menjadi pemilu kedua bagi Partai NasDem yang menunjukkan kemajuan signifikan. Jika pada 2014, NasDem dalam Pileg memperoleh 8,42 juta

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS

suara, maka pada 2019 Nasdem memperoleh 12,66 juta suara. Perolehan tersebut menempatkan NasDem sebagai partai terbesar kelima. Hal ini tidak luput dari Strategi Kampanye yang sudah di usung Partai NasDem merujuk kepada indicator promosi dimana pada indicator ini Partai NasDem mengusung Capres&Cawapres Bapak Jokowi dan Bapak Ma'aruf Amin sebagai salah satu kandidat pilpres hal ini dilakukan Partai NasDem untuk mengdongkrak elektabilitas serta popularitasnya dalam Kampanye Pemilu 2019, dan terbukti dari keberhasilan , jika melihat perolehan suara NasDem per wilayah, basis pemilih NasDem terletak di basis pemilih Jokowi menurut sumben Jakarta,Kompas.com.

4. Simpulan

Partai NasDem berhasil melakukan Kampanye di Media Sosial Instagram @official_nasdem, dilihat melalui angka kemenangan Partai NasDem, sebagai Partai pendatang baru dengan perolehan suara terbanyak kelima pada Pemiu 2019 dengan jumlah total perolehan suara sebanyak 12.661.702 suara dengan persentase : 9,05%. Hal ini merupakah Keberhasilan partai NasDem, menunjukkan bahwa kampanye partai NasDem dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, sehingga membuat Partai NasDem unggul mendapatkan posisi 5 besar bersaing dengan Partai-partai besar lainnya dalam perolehan suara pada Pemilu 2019. Kemenangan, Partai NasDem pada Pemilu 2019 ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu strategi kampanye Partai NasDem yang sudah disiapkan secara maksimal dan matang. Dimana pada saat Pemilu 2019 Partai NasDem menggunakan media sosial sebagai sarana alat kampanye di era digital saat ini. Salah satunya adalah Instagram, Partai NasDem menggunakan media sosial Instagram untuk berkampanye melalui akun Instagram resmi Partai NasDem (@official_nasdem) Partai NasDem melalui konten-konten yang dibuat dengan semenarik mungkin dalam berkampanye sehingga berpengaruh terhadap Engagement dimana Partai NasDem mendapatkan Engagement tertinggi di antara Partai-Partai lainnya. Selain itu juga konten yang di unggah oleh @official_nasdem tidak hanya di unggah hanya sekedar untuk menarik perhatian khalayak atau masyarakat saja namun @official_nasdem juga turut memperhatikan beberapa faktor seperti desain feeds, video-video menarik, infografis, penyataan-pernyataan seru untuk audiens, feedback dari masyarakat terhadap konten kampanye yang di buat dan lain sebagainya.

Partai NasDem juga Menyusun strategi kampanye pemilu 2019 di Instagram dengan sangat matang, terperinci dan spesifik. Partai Nasdem menggunakan strategi mix marketing dengan 4P indicator promosi, price, place, produk dimana dalam strategi ini Partai NasDem ingin menyampaikan emosi yang dirasakan oleh masyarakat selain itu Partai NasDem juga ingin menunjukan bahwa Partai NasDem adalah pro rakyat dan sebagai kepanjangan tangan serta perwakilan suara-suara dari masyarakat dalam strategi ini juga Partai NasDem tidak hanya sebatas berkampanye namun bersosialisasi politik dan mengedukasi politik kepada khalayak strategi ini juga digunakan sebagai cara memproleh hati dan suara khalayak. Tim media center DPP NasDem juga turut menggolongkan masing-masing konten untuk setiap media sosialnya seperti mengikuti setiap klarifikasi khusus setiap platfrom. Konten yang di buat pun tidak hanya sebatas membahas kampanye dan visi misi anggotanya namun beberapa konten yang di unggah akun @official_nasdem juga sering kali mengunggah terkait sosialisasi politik, kritik pemerintah, dan quotes-quotes atau motivasi kepada masyarakat dan khalayak. Salah satunya adalah memotivasi dan mengingatkan khalayak untuk tidak golput pada saat Pemilu berlangsung, hal ini membuktikan bahwa akun @official_nasdem memperhatikan segala aspek untuk mendapatkan konten kampanye pemilu yang membawa dampak positif dan berkualitas untuk khalayak.

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS

Keberhasilan strategi kampanye Partai NasDem terlihat dari 4 indikator yang di usung dalam Strategi kampanye media sosialnya yaitu Promosi, Price, Product, Place dimana terlihat dalam indicator Promosi Partai NasDem berhasil memenangkan sejumlah Calegnya yang telah di usung dan di promosikan dalam @official_nasdem dan mendudukinya kepada kursi Pemerintahan DPR RI di berbagai komisi DPR RI, dalam indicator Price Partai NasDem juga membuktikan bahwa berkampanye melalui media sosial selain mendapatkan kemudahan media sosial juga menjadi salah satu alat yang sangat terjangkau tanpa biaya, adapula dalam indicator Product Partai NasDem menggunakan Instagram sebagai salah satu tempat penyebaran platform mereka dimana @official_nasdem membagikan dan menyebarkan identitas, ideologi, konsep serta janji-janji kepada masyarakat dan yang terakhir dalam indicator Place Partai NasDem menggunakan Instagram sebagai alat untuk menyebarka informasi mengenai kegaitan apa saja yang akan dilakukannya dan dimana tempat serta waktunya hal ini membuat masyarakat menjadi lebih mudah mengetahui jadwal dan lokasi yang akan dilakukan oleh Partai NasDem.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah berkenan bekerjasama selama penelitian ini.

6. Pernyataan *Conflicting Interests*

Penulis menyatakan tidak ada potensi konflik kepentingan sehubungan dengan penelitian, kepengarangan, dan/atau publikasi dari artikel ini.

References

Aditya, W. (2019, November 16). Restorasi Politik Gagasan. Retrieved from *nasdem.id*: *https://nasdem.id/2019/11/17/restorasi-politik-gagasan/*

Bungin. (2013). Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi. Kencana Prenada Media.

Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi 1(1) , 05-16*. https://media.neliti.com/media/publications/240587-kampanye-sebagai-komunikasi-politik-fd6de7d9.pdf

Harahap, I. H. (2020). Kampanye Pilpres 2019 Melalui Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Demokrasi Indonesia. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 17 (1)*. https://doi.org/10.47007/jkomu.v17i01.234

Nowo Putri. (2023). Kelebihan dan Kekurangan Instagram sebagai Sarna Promosi. *citrahost.com*: https://www.citrahost.com/blog/instagram-sebagai-sarana-promosi/amp/

Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 17(33), 81*. https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374

Sahroni, A., Prisanto, G. F., Emungtyas, N. F., dan Afriani, A. L. (2019). "Politik Tanpa Mahar": Semiotika Jargon Komunikasi Partai Nasional Demokrat Di Era Demokrasi Biaya Tinggi. *Jurnal Semiotika 13(2), 146 - 152*. http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v13i2.1938

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS

Sakti, A. M. S., Al-Hamdi, R., & Kurniawan, B. D. (2020). Strategi Kampanye Partai Nasionalis: Pengalaman Partai Nasdem Pada Pemilu 2019. *Jurnal Politik Profetik, 8(1), 155-185. https://doi.org/10.24252/profetik.v8i1a7*

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.

Yudistira. (2014). perlembagaan partai nasdem. media.neliti.com (p. 1). https://media.neliti.com/media/publications/108934-ID-pelembagaan-partai-nasdem.pdf.

.

Copyright © 2023. Owned by Author(s), published by **Polikrasi: Journal of Politics and Democracy**. This is an open-access article under the CC-BY-NC-SA license.

OPEN ACCESS