



STRATEGI PEMENANGAN PARTAI NASDEM DALAM PEMILU 2014

DI JAWA TENGAH

Dessy Lestiani
(dessylestiani@yahoo.co.id)
Dra. Fitriyah, M.A
Dra. Wiwik Didayati, M.Si

ABSTRACT

Thesis with the title " Winning Strategies Nasdem Party in the 2014 election in Central Java " is made to determine how political marketing strategy NasDem Party as a new party with the aim of winning the legislative elections in 2014 , especially in Central Java . The method used is a qualitative research model , the descriptive type . The primary data obtained through interviews with sources in this case the DPW board NasDem Party Central Java . Secondary data was obtained through literature and articles that are relevant to the research focus .

The results of the study are in the preparation of the strategy to win the 2014 election , the Party Central Java NasDem refers to the strategic plan compiled from NasDem Party Center . The strategy includes strengthening and establishment of structures up to the formation of regions with output management NasDem Party in 35 districts / cities and 573 DPC level Party Village / Subdistrict . Institutional Strengthening of the coordination of procurement meeting , a gathering of national leaders and volunteers NasDem formation . Rekrutmen members with O250 program . Party socialization to the community with a program " NasDem Fever " . Party- Rekrutmen . Rekrutmen witnesses and TPS officers . Election preparation and implementation of the 2014 election campaign .

Keyword : NasDem party, Winning Strategies

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Strategi Pemenangan Partai Nasdem pada Pemilu 2014 di Jawa Tengah” ini dibuat untuk mengetahui bagaimana strategi marketing politik Partai NasDem sebagai Partai baru dengan tujuan memenangkan Pemilu legislatif 2014, khususnya di Jawa Tengah. Metode yang digunakan adalah model penelitian kualitatif, dengan tipe penelitian deskriptif. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan narasumber dalam hal ini pengurus DPW Partai NasDem Jawa Tengah. Data sekunder didapatkan melalui literatur- literatur dan artikel yang relevan dengan fokus penelitian.

Hasil dari penelitian adalah dalam penyusunan strategi pemenangan Pemilu 2014, Partai NasDem Jawa Tengah mengacu pada rencana strategis yang disusun dari Partai NasDem Pusat. Strategi tersebut meliputi Penguatan dan pembentukan struktur sampai ke daerah dengan output terbentuknya kepengurusan Partai NasDem di 35 Kabupaten/Kota dan 573 DPC Partai ditingkat Kelurahan/ Kecamatan. Penguatan Kelembagaan dengan pengadaan rapat koordinasi, gathering tokoh nasional dan pembentukan relawan NasDem. Rekrutmen anggota dengan program O250. Sosialisasi Partai kepada masyarakat dengan program “NasDem Fever”. Rekrutmen Caleg Partai. Rekrutmen saksi dan Petugas TPS. Persiapan pemilu dan pelaksanaan kampanye Pemilu 2014.

Kata Kunci : Partai NasDem, Strategi Pemenangan

PENDAHULUAN

Reformasi pasca Orde Baru telah menghidupkan kembali demokrasi di Indonesia. Pertumbuhan partai politik pada masa ini tidak terhindarkan lagi sebab partai politik merupakan pilar dari demokrasi yang harus ada di dalam suatu Negara moderen. Masyarakat memiliki banyak pilihan untuk memperjuangkan keinginan sosial mereka. Sebagai suatu organisasi, partai politik secara ideal dimaksudkan untuk mengaktifkan dan memobilisasi rakyat, mewakili kepentingan tertentu, memberikan jalan kompromi bagi pendapat yang saling bersaing, serta menyediakan sarana suksesi kepemimpinan politik secara absah dan damai

Menjelang pemilu tahun 2014, percaturan politik Indonesia kembali diramaikan dengan kehadiran Partai Baru peserta Pemilu tahun 2014 yaitu Partai NasDem. Partai Nasdem dideklarasikan pada tanggal 26 Juli 2011 di Hotel Mercure Ancol, Jakarta. Berdirinya Partai NasDem tidak bisa dilepaskan dengan kemunculan Ormas Nasional Demokrat yang menjadi cikal bakal berdirinya Partai NasDem. Hal ini mengingatkan kemiripan antara Lambang Partai NasDem dengan Ormas Nasional Demokrat, kemudian ditambah dengan duduknya Surya Paloh yang merupakan salah satu Pendiri Ormas Nasional Demokrat sebagai Ketua Umum Partai NasDem.

Untuk mencapai tujuan jangka panjang, suatu partai politik harus memiliki strategi yang efektif agar eksistensinya bisa bertahan lama. Partai politik harus secara konsisten mengaitkan dan menerjemahkan ideologi politiknya dalam pesan dan isu politik yang dapat dengan mudah dipahami masyarakat sekaligus menyentuh permasalahan publik.

Sebagai partai baru, partai NasDem pasti akan sangat gencar mencari massa pendukung agar perolehan suaranya dalam pemilu 2014 tidak kalah dengan partai lama yang telah memiliki segmen pemilih sendiri. Jawa Tengah sendiri merupakan salah satu Provinsi yang memiliki karakteristik wilayah dengan kemajemukan penduduknya yang beragam di tiap daerah. Meskipun di beberapa daerah merupakan basis massa partai-partai lama, namun kehadiran partai baru cukup potensial di Provinsi ini. Kepadatan jumlah penduduk di Provinsi Jawa Tengah membuat banyaknya pemilih “mengambang” yang bisa dijadikan sasaran bagi partai baru seperti Partai NasDem untuk mendulang suara pada Pemilu 2014 mendatang.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi pemenangan apa yang digunakan Partai NasDem dalam Pemilu 2014 nanti di Jawa Tengah dan bagaimana implementasinya dilapangan.

TINJAUAN PUSTAKA

Partai Politik adalah sekelompok warga negara yang terorganisir dan bertindak sebagai suatu kesatuan politik dan menggunakan kekuasaannya untuk memilih dan mempengaruhi pemerintahan dalam melaksanakan kebijakan umum mereka.

Strategi pemenangan merupakan serangkaian aktivitas terencana, strategis dan upaya yang terorganisir baik jangka pendek maupun jangka panjang dari Partai Politik untuk menyebarkan makna politik kepada pemilihnya. Strategi ini bertujuan untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih dimana cara yang digunakan adalah dengan penjonjolan ide dan penggunaan isu-isu kebijakan.

METODE PENELITIAN

Penelitian tentang Strategi pemenangan Partai NasDem dalam Pemilu 2014 di Jawa Tengah dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Tipe penelitian ini merupakan satu tipe penelitian yang merupakan prosedur penelitian untuk menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang tampak, dan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari objek atau sumber yang diamati.

Penelitian ini akan melihat bagaimana strategi pemenangan yang dibuat Partai NasDem dalam pemilu 2014 nanti dan menganalisa implementasi dari strategi ini di Jawa Tengah. Laporan penelitian ini berisikan kutipan-kutipan data untuk memberikan suatu gambaran dari penyajian laporan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, dokumentasi, serta studi pustaka. Pertanyaan yang diajukan melalui wawancara dilakukan kepada pengurus Partai NasDem yaitu ketua dan sekretaris Partai NasDem Jawa Tengah. Sumber data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dari hasil wawancara dengan pengurus Partai NasDem Jawa Tengah dan data sekunder diperoleh dari kajian pustaka, arsip serta data-data yang diperoleh dari Partai NasDem.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menuju kemenangan pada Pemilu 2014 bukanlah hal yang mudah bagi Partai NasDem Jawa Tengah di tengah dominasi partai lama dan sikap pesimistis masyarakat terhadap partai politik. Untuk mencapai target kemenangan 3 besar di Jawa Tengah, Partai NasDem membuat langkah-langkah dan pertimbangan-pertimbangan strategis yang disusun Bapillu Partai NasDem dalam upaya kemenangan Partai NasDem pada Pemilu 2014 Di Jawa Tengah mendatang. Berikut dipaparkan rencana strategi Partai NasDem di Jawa Tengah :

Pertama, Penguatan dan pembentukan struktur sampai ke daerah. Langkah ini merupakan persiapan seluruh potensi partai dalam bentuk sarana prasarana serta infrastruktur lainnya dalam bentuk pengadaan Kesekretariatan (*Base Camp*) dan alat-alat penunjang lainnya. Serta sebagai syarat untuk pendaftaran partai sebagai peserta Pemilu 2014. Kepengurusan Partai Nasdem hingga sekarang sudah terbentuk di 33 provinsi, 497 kabupaten maupun kota, dan 6.670 kecamatan. Untuk daerah Jawa Tengah sendiri telah terbentuk 35 DPD Partai NasDem dan 573 DPC Partai NasDem (tingkat Kecamatan) yang tersebar di 35 Kota dan kabupaten di Jawa Tengah.

Kedua, Penguatan kelembagaan. Langkah ini untuk menghimpun semua kekuatan sumber daya manusia potensial dan kompeten kedalam Partai, yaitu dalam

bentuk tim sukses, tim inti, tim pendukung, tim penunjang, tim bayangan, atau tim pemelihara. Terkait dengan *support system* berupa sistem yang berbasis teknologi informasi, sistem manajemen pemenangan, manajemen kampanye dan manajemen koordinasi jaringan. Penguatan kelembagaan dimaksudkan untuk memperkokoh pondasi partai dari dalam/ internal. Meliputi hubungan antara pengurus partai baik ditingkat cabang, daerah, provinsi maupun pusat. Langkah ini dilakukan untuk mengukur semua potensi atau kekuatan dan kelemahan yang dimiliki partai, agar dapat menghasilkan sebuah keputusan-keputusan strategis yang baik dan terarah. Berbagai keputusan strategis, kebijakan, program, sasaran, target, dan pelaksanaan di lapangan berdasarkan hasil rapat koordinasi (Rakor) Dapil yang telah terlebih dahulu dilakukan.

Ketiga, Rekrutmen Anggota. Fungsi rekrutmen politik berkaitan erat dengan masalah seleksi kepemimpinan, baik kepemimpinan internal partai secara nasional maupun tiap daerah. Selain itu kepentingan parpol adalah untuk memperbanyak anggota untuk menjamin kelestarian partai. Rekrutmen politik merupakan bagian yang penting bagi Partai NasDem saat ini. Sebagai partai baru, Partai NasDem sedang gencar-gencarnya mencari anggota dan kader yang nantinya bisa membantu Partai untuk mendulang suara pada Pemilu 2014. Dalam merekrut anggota, Partai NasDem memanfaatkan teknologi informasi (TI), sehingga perkembangan jumlah anggota dapat terpantau secara nyata. Hal ini memungkinkan siapa pun bisa menjadi anggota partai selama yang bersangkutan memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan partai. Partai NasDem sendiri memiliki program unggulan bernama O250. Partai NasDem mencatat telah ada 14 juta anggota terdaftar secara nasional melalui program O250. Jawa Tengah sendiri menempati urutan ketiga dengan daftar keanggotaan sebesar 1,4 juta anggota.

Keempat, Sosialisasi dan pengenalan Partai NasDem kepada Masyarakat. Strategi ini disebut sebagai "DEMAM NASDEM FEVER". Pelaksanaannya pada bulan Setember – Oktober 2013. Pada tahap ini, Partai NasDem berfokus pada program/kegiatan yang bertujuan untuk mensosialisasikan Partai NasDem pada masyarakat umum. Misalnya melalui kegiatan sosial yang diadakan Partai. Penggunaan alat peraga dan atribut partai seperti lambang partai ditonjolkan melalui baliho atau poster agar masyarakat lebih mengenal Partai NasDem. Strategi ini berfokus untuk menarik minat dan keingintahuan masyarakat terhadap Partai NasDem yang akhirnya diharapkan akan menaikkan jumlah anggota Partai dan pemilih pada Pemilu 2014

Kelima, Rekrutmen Caleg Partai NasDem. Fungsi rekrutmen caleg penting untuk menunjang kekuatan partai pada Pemilu 2014. Caleg yang tepat akan mendorong kenaikan suara untuk partai, begitupun sebaliknya. Caleg ini nanti yang akan berperan untuk meneruskan tujuan partai sebagai wadah aspirasi masyarakat di kursi pemerintahan. Melalui caleg juga, sosialisasi partai dirasa lebih efektif karena bisa bersentuhan langsung dengan masyarakat sebagai konstituennya. Partai NasDem secara formal telah mengatur mekanisme rekrutmen bakal calon caleg (Bacaleg). Berdasarkan data yang dirilis KPU Jawa Tengah menyebutkan bahwa jumlah Caleg dari Partai NasDem sebanyak 97 orang. Dengan pembagian jumlah Caleg laki-laki 61 orang dan Caleg perempuan 36 orang. Hal tersebut membuktikan keterwakilan Caleg Perempuan sebanyak 30% telah terpenuhi dalam daftar Caleg partai NasDem di Jawa Tengah.

Keenam, Rekrutmen Saksi TPS. Langkah ini adalah untuk persiapan menuju Pemilu 2014. Partai NasDem Jateng akan melakukan rekrutmen saksi di desa-desa maupun kelurahan-kelurahan. Calon saksi dan Petugas TPS sebelumnya akan diberi pelatihan terlebih dahulu meliputi pengetahuan politik, potensi pemilih setempat, dan pengetahuan tentang pemilu. Partai Nasdem tidak sekadar menugaskan saksi untuk

mencatat hasil penghitungan suara pada hari H saja. Melainkan, mereka juga diminta untuk mencermati beberapa hal sebelum itu. Misalnya, memantau kinerja KPPS di tempat masing-masing, atau memastikan apakah masih terdapat nama-nama pemilih fiktif hingga hari pemungutan suara berlangsung. Laporan mereka mengenai semua hal tersebut tentunya sangat penting. Tidak saja untuk Pileg saja, tapi Pilpres juga. Partai NasDem telah menyatakan sikap untuk tidak menerima dana saksi partai yang disediakan oleh pemerintah. Partai NasDem akan membiayai sendiri saksi partai sebesar Rp 100 ribu/ orang/ TPS. Dan untuk daerah Jawa Tengah telah disiapkan sebanyak 77.963 orang sesuai dengan jumlah TPS se-Jawa Tengah.

Ketujuh, masa Kampanye. Tahap ini dilaksanakan dari bulan November 2013 – bulan Maret 2014. Strategi yang dilakukan di antaranya program pemenangan Dapil atau yang disebut strategi sentuh dimana Caleg Partai NasDem dilibatkan secara langsung untuk terjun ke konstituennya agar masyarakat mengenal lebih dekat tentang Partai dan Caleg. Kemudian pelaksanaan jadwal kampanye yang telah ditentukan oleh KPU. Penugasan Juru Kampanye, dimana Partai NasDem telah mendaftarkan 154 juru kampanye termasuk diantaranya Surya Paloh yang juga merupakan ketua umum Partai. Distribusi Logistik dana kampanye, di Jawa Tengah, pelaksanaannya melalui DPW Partai dengan ketentuan tiap DPD Partai NasDem diberi bantuan 20 juta dan 2 juta per DPC Partai NasDem. Dana tersebut digunakan untuk dana kampanye Partai. Intensifikasi Pemasangan Alat Peraga, baik berupa poster, baliho, spanduk, bendera, atau logo Partai NasDem dan terakhir adalah pengadaan pelatihan Saksi dan Petugas TPS tahap 2 yang dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2014.

PENUTUP

KESIMPULAN

Kelahiran Partai NasDem di Jawa Tengah merupakan bentuk dari inisiatif beberapa anggota Ormas Nasional Demokrat yang juga merupakan tokoh politik di Jawa Tengah untuk dapat mengimplementasikan gagasan Restorasi Indonesia ke dalam kancah politik praktis. Partai NasDem juga berhasil melakukan jaringan infrastruktur yang telah menyebar di semua daerah di Indonesia tidak terkecuali di Jawa Tengah. Tercatat kepengurusan di 35 daerah di Jawa Tengah dengan jumlah anggota terdaftar dalam program 0250 mencapai 1,2 juta anggota.

Strategi pemenangan Partai NasDem di Jawa Tengah mengacu pada Strategi Pemenangan Partai NasDem Pusat dan dibagi menjadi beberapa bagian berdasarkan waktu pelaksanaannya. Yaitu tahap penyusunan rencana (*Grand Desain Planning*) pada bulan Agustus 2013, Demam NasDem atau NasDem Fever pada bulan September – Oktober 2013, dan penentuan strategi (Masa Kampanye Pemilu) pada bulan November 2013 – Maret 2014. Tiap strategi disesuaikan dengan keadaan dan kondisi di Jawa Tengah.

Target perolehan suara sebesar 40% yang ditargetkan oleh partai NasDem di Jawa Tengah bisa dibilang cukup berat ditengah keputungan partai lama yang sudah memiliki pendukung sendiri. Selain itu waktu yang dimiliki Partai NasDem dalam mempersiapkan diri menuju Pemilu 2014 tergolong sangat singkat menyebabkan kurang optimalnya pelaksanaan kampanye ke daerah-daerah terpencil di Jawa Tengah. Jika partai NasDem tidak mampu masuk ke dalam tiga besar maka partai ini hanya akan

menjadi partai menengah yang tidak memiliki kekuatan politik yang signifikan untuk mempengaruhi peta politik di parlemen maupun pemerintahan.

SARAN

Sehubungan dengan beberapa kesimpulan penelitian yang telah penulis paparkan, ada beberapa saran yang dikemukakan dan semoga bermanfaat bagi Partai NasDem. Beberapa saran tersebut antara lain :

Visi dan misi serta platform dari Partai NasDem bertujuan untuk mengubah Indonesia kearah yang lebih baik. Diharapkan kehadiran Partai NasDem tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan kekuasaan semata. Partai NasDem sebagai partai politik Moderen harus mampu menjadi agen sosial, suara rakyat, pelayan publik, agen pembaharuan dan mampu memenuhi harapan sosial. Partai NasDem lahir dari kegelisahan dan kekecewaan masyarakat terhadap partai-partai politik yang saat ini sedang berkuasa. Publik merasa saat ini partai politik yang ada tidak lagi memperjuangkan aspirasi mereka melainkan hanya untuk kepentingan kelompok saja. Karena itu sudah sepantasnya jika Partai NasDem nantinya tidak mengulangi kesalahan yang sama yang dilakukan partai-partai politik sebelumnya.

Konsolidasi internal partai harus dijaga dan diperkuat. Seringkali sebuah Partai Politik tidak hancur karena lawan eksternalnya melainkan karena ketidakompakan dalam tubuh partai. Masalah internal yang pernah terjadi dalam Partai NasDem harus menjadi pembelajaran kedepan agar hal tersebut tidak akan terulang lagi dan menyebabkan kelemahan dan kehancuran di dalam Partai.

Tanpa meninggalkan tujuan dan kebijakan yang diciptakan, penting bagi Partai Politik untuk memiliki tokoh yang dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat. Seperti SBY pada Partai Demokrat dan Aburizal Bakrie dalam Nasdem, Partai NasDem juga mengandalkan Surya Paloh sebagai tokoh nasional Partai NasDem. Meskipun ketokohan penting untuk lebih mengenalkan partai ke masyarakat, kaderisasi yang baik harus diutamakan oleh partai NasDem. Karena dengan Kaderisasi yang baik bukan hanya akan menciptakan tokoh namun juga system yang unggul. Diharapkan bahwa Partai NasDem tidak tergantung pada penokohan seseorang saja. Partai NasDem harus mampu menjadi partai yang kolektif dengan keunggulan program dan sumber daya kadernya.

Partai politik seringkali memiliki target yang tinggi namun hasilnya selalu berada dibawah target tersebut. Apabila hasil Pemilu 2014 nanti tidak sesuai dengan target yang direncanakan, diharapkan bisa menjadi pembelajaran untuk partai NasDem kedepan agar lebih baik dalam menyusun strategi dan perencanaan. Namun apabila Partai NasDem dapat mencapai target yang diinginkan, diharapkan partai ini tidak lupa pada tujuan awal Partai.

DAFTAR PUSTAKA

Affudin & Beni Achmad Saebani. (2009) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia

Cipto, Bambang. 1996. Prospek dan Tantangan Partai Politik. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Firmanzah. 2011. Mengelola Partai Politik : Komunikasi dan Positioning Ideology Politik di Era Demokrasi. Jakarta : yayasan obor Indonesia.

Wiryanto. 2011. Komunikasi Politik. Surakarta: Sebelas Maret University Press.

Arifin, Anwar. 2006. Pencitraan dalam politik. Jakarta: pustaka Indonesia.

Setiyono, Budi. 2008. Iklan dan Politik : Menjaring Suara dalam Pemilihan Umum. Jakarta : Adgoal.com.

Firmanzah. 2008. Marketing Politik; Antara Pemahaman dan Realitas. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Danial, Akhmad. 2009. Iklan Politik TV : Modernisasi Kampanye Politik Pasca Orde Baru. Yogyakarta : LKiS.

Suprihatini, Amin. 2008. Partai Politik di Indonesia. Klaten: Cempaka Putih.

Amal, Ichlasul. 1988. Teori-Teori Mutakhir Partai Politik. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.

Puverger, Maurice. 1984. Partai Politik dan Kelompok-Kelompok Penekan. Yogyakarta: Bina Askara.

Poerwantara, PK. 1994. Partai Politik di Indonesia. Jakarta: Rineka cipta.

Haryanto. 1984. Partai Politik: Suatu Tinjauan Umum. Yogyakarta: Liberty.

Wiryanto. 2011. Komunikasi Politik. Surakarta: UNS Press.

Internet :

JK Sentil NasDem, Ormas atau Partai? inilah.Com - diakses terakhir tanggal 22 Agustus 2011

Partai Nasdem optimistis masuk 3 besar di pemilu 2014, Detik.com –diakses terakhir tanggal 31 januari 2013.

Garda Nasdem Buka-bukaan Soal Konflik Internal, Detik.com – diakses terakhir tanggal 16 Januari 2013.

Endriartono Sutarto: Hary Tanoë Masuk Hanura, Kami Jadi Lebih Tertantang, Nasionaldemokrat.com – diakses tanggal 26 februari 2013

Misi Nasdem Membentuk Negarawan, okezone.com - diakses terakhir tanggal 7 februari 2013.

Definisi pemilihan umum, pendidikanriau.com –diakses terakhir tanggal 30 maret 2013

Pemilu di Indonesia, modulpemiluonline.hotspot.com –diakses terakhir tanggal 25 maret 2013.

Pengertian marketing politik, teorimp.wordpress.com –diakses tanggal 28 Desember 2012.