

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Partai Nasional Demokrat (NasDem) merupakan salah satu kontestan dalam Pemilu Legislatif 2024 di Kota Bandung. Sebagai partai yang berdiri pada tahun 2011, NasDem menawarkan gagasan "Restorasi Indonesia" - sebuah gerakan untuk memulihkan, mengembalikan, dan memajukan fungsi pemerintahan Indonesia sesuai cita-cita Proklamasi 1945. Visi ini bertujuan melindungi segenap bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia. Dalam menghadapi persaingan ketat di antara 17 partai politik peserta pemilu di Kota Bandung, NasDem dituntut untuk memiliki strategi komunikasi politik yang efektif, terutama dalam menjangkau pemilih muda atau generasi z.

Strategi komunikasi politik menjadi krusial bagi NasDem untuk memenangkan pertarungan politik dan mendapatkan pengaruh serta kekuasaan yang maksimal di tengah masyarakat sebagai konstituennya. Melalui strategi komunikasi politik yang tepat, partai ini dapat menyampaikan visi, misi, dan program-programnya kepada publik, khususnya generasi muda yang merupakan segmen pemilih yang signifikan. Keberhasilan NasDem dalam berkomunikasi dengan Gen-z dapat menjadi faktor penentu dalam perolehan suara partai pada Pemilu Legislatif 2024 di Kota Bandung.

Pemilu Legislatif 2024 di Kota Bandung menjadi ajang kontestasi yang menarik untuk diteliti, mengingat adanya perubahan signifikan dalam sistem pemilu di Indonesia. Untuk pertama kalinya, pemilu serentak digelar berdasarkan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 14/PUU-11/2013. Perubahan ini membawa warna baru bagi demokrasi di Indonesia, termasuk di Kota Bandung. Sebelumnya, sistem pemilu di Indonesia dilakukan dalam beberapa tahapan, namun kini dilaksanakan secara serentak dengan tujuan mengurangi dampak negatif seperti konflik antar golongan, rendahnya tingkat partisipasi pemilih akibat kejenuhan publik, dan membengkaknya anggaran negara.

Dalam konteks Kota Bandung, persaingan 17 partai politik peserta Pemilu 2024 menciptakan dinamika politik yang menarik. Setiap partai, termasuk NasDem,

dituntut untuk menggunakan berbagai strategi komunikasi yang berbeda-beda dengan tujuan menyampaikan pesan politik kepada masyarakat. Pesan politik, sebagai gagasan, pikiran, ide, emosi, sikap, atau tindakan terkait politik yang memiliki pengaruh terhadap penerima pesan, menjadi elemen kunci dalam strategi komunikasi politik partai.

NasDem, sebagai partai yang didirikan pada 1 Februari 2010 oleh Surya Paloh, memiliki tantangan tersendiri dalam menarik perhatian dan dukungan pemilih, terutama di kalangan generasi muda. Meskipun tergolong partai baru, NasDem telah menunjukkan perolehan suara yang cukup besar sejak pendiriannya. Upaya komunikasi yang luas melalui berbagai jenis media, termasuk media konvensional dan media sosial, menjadi strategi utama partai ini dalam menjangkau konstituennya.

Komunikasi politik yang efektif menjadi kunci bagi NasDem dalam mempengaruhi khalayak, terutama pemilih muda. Keunggulan komunikasi politik terletak pada efisiensi biaya, karena tidak perlu membeli ruang penyimpanan media, sehingga membuat pesan lebih dapat diandalkan. Selain itu, keterampilan menyampaikan pesan dapat dikembangkan dengan simulasi lingkungan sosial. Namun, komunikasi politik bukanlah proses yang sederhana. Ia melibatkan berbagai faktor, termasuk cara fungsi sistem politik ditentukan oleh masukan dari lingkungan, proses tertentu untuk mencapai serangkaian hasil, dan umpan balik ke lingkungan.

Strategi komunikasi politik NasDem untuk menjangkau gen-z di Kota Bandung menjadi fokus utama penelitian ini. Generasi z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, merupakan segmen pemilih yang signifikan dan memiliki karakteristik unik. Hal ini didukung dari data dari Komisi Pemilihan Umum yang menyebutkan bahwa sejak tahun 2010, jumlah gen-z pada pemilu mencapai 40,88% dimana mereka tumbuh di era digital, terbiasa dengan teknologi dan media sosial, serta memiliki pandangan politik yang berbeda dari generasi sebelumnya. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi politik yang diterapkan NasDem terhadap gen-z perlu disesuaikan dengan preferensi dan kebiasaan mereka dalam mengonsumsi informasi. Pada Pemilu 2024 di kota Bandung, diperkirakan ada 408.862 orang generasi z atau 21,84 persen dari total jumlah pemilih, hal ini tentu menjadi salah

satu fokus dari partai politik untuk mendapatkan suara yang besar dari kalangan gen-z.

Pemilu legislatif, yang bertujuan untuk memilih wakil rakyat di tingkat kota, provinsi, dan nasional, telah menjadi bagian integral dari sistem demokrasi Indonesia. Sejak tahun 1955 hingga 2024, Indonesia telah melaksanakan dua belas kali pemilu legislatif. Namun, pemilu 2024 membawa perubahan signifikan dengan dilaksanakannya pemilu serentak untuk pertama kalinya. Perubahan ini didasarkan pada putusan Mahkamah Konstitusi yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas sistem presidensial yang dianut Indonesia.

Sebelum diterapkannya sistem pemilu serentak, Indonesia menganut sistem pemilu yang dilakukan dalam beberapa tahapan. Namun, sistem ini dinilai kurang efektif bagi negara yang menganut sistem presidensial. Beberapa dampak negatif yang sering terjadi antara lain konflik antar golongan, rendahnya tingkat partisipasi pemilih akibat kejenuhan publik, serta membengkaknya anggaran negara. Dengan dilaksanakannya pemilu serentak, diharapkan dampak-dampak negatif tersebut dapat diminimalisir.

Perubahan sistem pemilu ini membawa tantangan baru bagi partai-partai politik, termasuk NasDem, dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi komunikasi politik mereka. Partai-partai dituntut untuk lebih efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan-pesan politik mereka kepada masyarakat, mengingat waktu kampanye yang lebih singkat dan persaingan yang lebih ketat. Di sinilah pentingnya komunikasi politik sebagai alat untuk menyampaikan visi, misi, dan program kerja partai secara tepat sasaran. Komunikasi politik tidak hanya sekadar menyebarkan informasi, tetapi juga memainkan peran strategis dalam mempengaruhi opini publik dan membangun citra politik yang positif.

Komunikasi politik, sebagaimana didefinisikan oleh Alwi Dahlan, merupakan suatu bidang atau disiplin ilmu yang mempelajari tindakan dan kegiatan komunikatif yang memiliki implikasi dan konsekuensi politik. (Zamroni, 2022) . Memperluas definisi ini dengan menyatakan bahwa komunikasi politik adalah proses komunikasi yang mempunyai implikasi dan konsekuensi politik. Perbedaan utama antara komunikasi politik dengan bidang komunikasi lainnya terletak pada isi pesannya, di mana komunikasi politik mencakup pesan-pesan yang bermuatan politik (Indrawan et al., 2020).

Pentingnya komunikasi politik dalam sistem politik suatu negara tidak dapat diabaikan. Seperti yang dikemukakan oleh Rush dan Althoff, komunikasi politik memainkan peranan yang amat penting dalam suatu sistem politik. Ia merupakan elemen dinamis dan menjadi bagian yang menentukan dari proses-proses sosialisasi politik, partisipasi politik, dan rekrutmen politik. Dalam konteks sosialisasi politik, Graber memandang komunikasi politik sebagai proses pembelajaran, penerimaan, dan persetujuan atas kebiasaan-kebiasaan atau aturan-aturan, struktur dan faktor-faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap kehidupan politik.

Komunikasi politik menempati posisi penting dalam kehidupan sosial-politik karena dapat mempengaruhi kualitas interaksi antara masyarakat dan penguasa. Komunikasi politik juga berfungsi sebagai saluran untuk menyampaikan aspirasi dan kepentingan politik rakyat yang menjadi input sistem politik. Pada saat yang bersamaan, komunikasi politik juga menyalurkan kebijakan yang diambil atau output dari sistem politik. Dengan demikian, melalui komunikasi politik, rakyat dapat memberikan dukungan, menyampaikan aspirasi, dan melakukan pengawasan terhadap sistem politik.

Dalam praktiknya, komunikasi politik melibatkan berbagai unsur, baik dari suprastruktur maupun infrastruktur politik. Suprastruktur politik terdiri dari lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Sementara itu, infrastruktur politik mencakup partai politik, kelompok kepentingan, media massa, tokoh masyarakat, dan elemen-elemen lainnya. Interaksi antara unsur-unsur ini membentuk dinamika komunikasi politik yang kompleks dan multidimensi.

V.J. Bell (dalam Nimmo, 1989) mengidentifikasi tiga jenis pembicaraan dalam pengertian politik yang memiliki kepentingan politik yang jelas, yaitu pembicaraan kekuasaan (mempengaruhi dengan ancaman atau janji), pembicaraan pengaruh (tanpa sanksi), dan pembicaraan otoritas berupa perintah. Pemahaman terhadap jenis-jenis pembicaraan ini penting dalam menganalisis strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh partai-partai politik, termasuk NasDem (Sarihati et al., 2022).

Dalam konteks Pemilu 2024 di Kota Bandung, strategi komunikasi politik NasDem untuk menjangkau Gen-z menjadi fokus utama penelitian ini. Pemilihan Kota Bandung sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik kota ini sebagai salah satu pusat urban di Indonesia dengan populasi Gen-z yang signifikan. Kota Bandung juga dikenal sebagai kota pendidikan dan teknologi, yang

mencerminkan karakteristik Gen-z yang erat kaitannya dengan perkembangan teknologi dan informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana proyeksi hasil dan kontribusi dari strategi komunikasi politik partai NasDem untuk Gen-z pada Pemilu Legislatif 2024 di Kota Bandung. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus, penelitian ini akan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana NasDem merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi komunikasi politiknya dalam konteks teori Komunikasi Politik.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi dan dokumentasi. Observasi akan dilakukan terhadap kegiatan-kegiatan kampanye dan komunikasi politik NasDem di Kota Bandung, terutama yang ditujukan kepada pemilih gen-z dengan metode dokumentasi akan melibatkan pengumpulan dan analisis berbagai materi kampanye, publikasi partai, dan konten media sosial yang relevan dengan strategi komunikasi politik NasDem.

Pada Penelitian relevan yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Terpilih Partai Kebangkitan Bangsa Pada Pemilu 2019 di Salatiga” penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh empat anggota legislatif sesuai dengan model perencanaan milik Philip Lesly. Strategi yang dilakukan tertata rapi dan dalam perencanaan yang matang. Strategi komunikasi politik yang digunakan melalui beberapa tahapan antara lain, penerimaan strategi dari partai, menganalisis masyarakat, merumuskan kebijakan, merencanakan program kegiatan, kegiatan komunikasi yang dilakukan kepada masyarakat, melihat respon masyarakat, serta mengevaluasi hasil strategi komunikasi politik. Kemudian sistematika penerapan dari strategi komunikasi politik yang menyangkut mengenai faktor hambatan dan faktor dukungan yang dialami oleh para anggota legislatif selama kampanye.

Penelitian “Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Muda melalui Media Sosial Twitter pada Pemilu Tahun 2024”, Hasil dari penelitian ini menunjukkan partai Gerindra melakukan strategi dengan menjadikan pemilih muda sebagai target elektoralnya, karena partai Gerindra sangat merangkul anak muda dan melibatkan secara langsung kegiatan diskusi secara langsung maupun secara daring. Partai Gerindra juga secara aktif di media sosial twitternya berinteraksi

dengan khalayak publiknya yaitu anak muda, dan dalam berinteraksinya partai gerindra menggunakan Bahasa yang santai yang mudah dimengerti oleh milenial sehingga anak muda merasa tidak mempunyai gap dengan partai Gerindra selaku partai politik.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang dinamika komunikasi politik kontemporer, khususnya dalam konteks pemilu di era digital. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi partai politik, praktisi komunikasi politik, dan akademisi dalam mengembangkan strategi komunikasi politik yang efektif untuk menjangkau pemilih muda.

Dengan memahami strategi komunikasi politik NasDem untuk Gen-z pada Pemilu Legislatif 2024 di Kota Bandung, penelitian ini akan memberikan wawasan berharga tentang bagaimana partai politik beradaptasi dengan perubahan lanskap politik dan demografis. Hal ini menjadi semakin relevan mengingat peran penting Gen-z sebagai pemilih pemula yang akan mempengaruhi hasil pemilu dan masa depan politik Indonesia. Dalam konteks yang lebih luas, penelitian ini juga akan menyoroti bagaimana perubahan sistem pemilu dan metode penghitungan suara mempengaruhi strategi komunikasi politik partai. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya relevan bagi NasDem dan Kota Bandung, tetapi juga dapat memberikan perspektif yang berharga bagi pemahaman dinamika politik nasional dalam menghadapi Pemilu 2024.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dengan mengambil judul “Strategi Komunikasi Politik Partai NasDem untuk Gen-z pada Pemilu Legislatif Kota Bandung 2024 melalui Instagram @nasdem.bdg.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Partai NasDem dalam menarik minat dan dukungan Gen-z pada Pemilu 2024 di Kota Bandung. Rumusan Masalah

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan di atas, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi politik Partai NasDem untuk gen-z pada Pemilu 2024 di Kota Bandung melalui Instagram @nasebdg?

### **1.3 Manfaat Penelitian**

Hasil dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat sebagai berikut:

#### **a. Manfaat Teoritis**

1. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan, memperkaya, dan juga melengkapi kajian keilmuan bagi pengembang ilmu sosial dan politik, terkhususnya pengembang ilmu komunikasi dalam rangka mengetahui strategi komunikasi politik dalam konteks Pemilu Legislatif di Indonesia.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan ruang lingkup yang sama terkait " strategi komunikasi politik dalam konteks Pemilu Legislatif di Indonesia ".

#### **b. Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini bermanfaat untuk peneliti sendiri agar menjadi kesempatan dalam menulis dan menerapkan kemampuannya dan juga mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi.
2. Untuk Partai NasDem, penelitian ini akan memberikan rekomendasi yang konkret dan berdasarkan bukti kepada Partai NasDem mengenai bagaimana mereka dapat merancang strategi komunikasi politik yang efektif dalam menghadapi Pemilu Legislatif 2024 di Kota Bandung.
3. Rekomendasi tersebut dapat membantu partai politik dalam merencanakan kampanye, mengembangkan pesan politik, dan menjangkau pemilih dengan cara yang lebih efektif..

### **1.4 Waktu dan Periode Penelitian**

Uraian dari waktu dan periode penelitian digunakan untuk membantu peneliti dalam menentukan langkah selanjutnya dalam melakukan penelitian agar berjalan dengan sistematis dan tepat. Waktu dan periode penelitian ini diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

No	Tahapan	Waktu/Bulan								
		Jul 2023	Agu 2023	Sept 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024	Jun 2024	Agu 2024
1.	Mencari topik dan judul									
2.	Mengumpulkan data awal									
3.	Menyusun BAB 1 s/d BAB III									
4.	Proses revisi dan diskusi bersama pembimbing dan penyusunan lanjutan									
5.	<i>Desk Evaluation</i> (DE)									
6.	Proses diskusi penelitian bersama pembimbing									
7.	Proses penelitian									
6.	Menyusun hasil penelitian									
7.	Pelaksanaan Sidang skripsi									
8.	Revisi Skripsi									

Sumber : Olahan Penulis (2024)