

STRATEGI POLITIK ANGGOTA PARTAI NASDEM DALAM PEMILIHAN DPRD KABUPATEN MUNA BARAT PERODE 2019-2024

La Ode Ismail¹, Samiruddin², Wa Ode Reni³

Jurusan pendidikan pancasila dan kewarganegaraan
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Halu Oleo

E-mail: laode97ismail@gmail.com¹, samiruddin@gmail.com², waodereni06@gmail.com³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi politik anggota partai Nasdem dalam pemilihan DPRD Kabupaten Muna Barat periode 2019-2024. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Responden dalam penelitian ini adalah 9 orang masing-masing dari 9 orang tersebut adalah mereka yang terpilih sebagai anggota DPRD fraksi partai Nasdem. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam, dan dokumentasi, Serta Analisis data adalah analisis kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi politik yang digunakan oleh para caleg lebih banyak melakukan sosialisasi kepada masyarakat serta melakukan strategi pendekatan kekeluargaan. Sebagai salah satu pileg yang diselenggarakan pertama kali di Kabupaten Muna Barat. Sejak di mekarkan Muna Barat pada tahun 2014, partai Nasdem sudah mampu menguasai kursi di DPRD sebanyak 9 kursi.

Kata Kunci: *Strategi, Politik, Anggota Partai Nasdem*

Abstract

The purpose of this study was to determine the political strategy of members of the Nasdem party in the election of the West Muna Regency DPRD for the 2019-2024 period. This type of research is descriptive using a qualitative approach. Respondents in this study were 9 people, each of the 9 people who were elected as DPRD members from the Nasdem party faction. Data collection techniques, namely in-depth interviews, and documentation, and data analysis is qualitative analysis. The results of this study indicate that the political strategy used by the legislative candidates is to socialize more with the community and carry out a family approach strategy. As one of the first legislative elections held in West Muna Regency. Since the expansion of Muna Barat in 2014, the Nasdem party has been able to control 9 seats in the DPRD.

Keywords: *Strategy, Politics, Members of the Nasdem Parties*

PENDAHULUAN

Bagi suatu negara yang menganut sistem pemerintahan demokrasi maupun yang sedang membangun proses demokratisasi, partai politik menjadi sarana demokrasi yang bisa berperan sebagai penghubung antara rakyat dan pemerintah. Pembentukan partai politik berdasarkan atas prinsip-prinsip demokrasi, yakni pemerintahan yang dipimpin oleh mayoritas melalui pemilihan umum. Untuk menciptakan pemerintahan yang mayoritas, di perlukan partai-partai yang dapat digunakan sebagai kendaraan politik untuk ikut dalam pemilihan umum. Melalui partai, rakyat berhak menentukan siapa yang berhak menjadi wakil mereka serta siapa akan menjadi pemimpin yang menentukan kebijakan umum (*public policy*). Sementara bagi Joseph Schumpeter (2007: 80) demokrasi muncul dengan sistem kapitalis dan secara kausal berhubungan dengan hal itu dan oleh karenanya dimengerti oleh konteks tersebut. Peran rakyat dalam suatu masyarakat demokratis adalah tidak

untuk memerintah, atau bahkan untuk menjalankan keputusan-keputusan umum atas kebanyakan masalah politiknya.

Menurut Sarwono (Surahmadi, 2017: 19), pemilihan umum kepala daerah pada hakikatnya merupakan pengakuan dan perwujudan dari hak-hak politik rakyat dan sekaligus merupakan pendelegasian hak-hak tersebut kepada wakil-wakilnya untuk menjalankan pemerintahan. Sementara pengertian politik secara terminologi mengacu pada pendapat Gun Gun Heryanto (Ridho & Mochamad 2011: 26) politik merupakan aktifitas atau sikap yang berhubungan dengan kekuasaan untuk mempengaruhi dengan jalan mengubah atau mempertahankan suatu bentuk susunan masyarakat.

Partai Politik

Partai politik adalah salah satu komponen atau aspek yang menempati kedudukan yang sangat penting dalam kehidupan suatu negara. Baik buruknya suatu sistem politik suatu negara sangat di pengaruhi dan di tentukan oleh berbagai dinamika partai politik yang ada dalam negara tersebut dinamika suatu partai politik, baik dinamika internal maupun dinamika eksternal menentukan strategi dan peran politik yang di lakukan oleh partai politik dalam sistem politik. Menurut Miriam Budiardjo (Sulaeman Affan, 2015: 16) menyebutkan bahwa partai politik adalah suatu kelompok yang di organisir yang anggota-angotanya memiliki orintasi nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik, biasanya dengan cara konstitusional.

Fungsi Partai Politik

Partai politik di Indonesia sendiri adalah organisasi yang sifatnya nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa dan Negara. Selain itu, untuk memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pengertian ini tercantum di dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-undang Republik Indonesia No. 2 tahun 2011 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia No. 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik. Untuk melakukan Pemilihan Umum, partai politik sendiri wajib memenuhi persyaratan tertentu yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang. Selanjutnya, Komisi Pemilihan Umum akan melakukan proses verifikasi. Proses verifikasi sendiri terdiri dari dua tahap, yaitu verifikasi administrasi dan verifikasi faktual. Melalui definisi yang telah dijelaskan tersebut, dapat dilihat bahwa tujuan dari dibentuknya partai politik adalah untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa dan Negara, serta memelihara keutuhan Negara Indonesia. Di samping itu, fungsi partai politik sebagai pilar demokrasi juga perlu ditata dan disempurnakan dengan diarahkan pada dua hal utama, seperti yang dijelaskan di Penjelasan Umum Undang-Undang Republik Indonesia No 2 tahun 2011. Indonesia sebagai negara demokrasi selalu menyimpan berbagai masalah mulai dari perbedaan dan persaingan. Masalah seperti itu tidak dapat dihindarkan, juga menyerang negara-negara di dunia yang menganut sistem demokrasi. Oleh karena itu, partai politik dengan segala perannya, mulai dari menjadi perantara antara masyarakat dan pemerintah, sebagai sarana partisipasi politik, pengatur konflik, hingga kontrol atas kebijakan-kebijakan pemerintah, dapat melaksanakan tugas-tugasnya sebagaimana mestinya. Hal ini dilakukan untuk

mencapai keseimbangan dalam menjalankan segala kegiatan politik dalam berbangsa dan bernegara.

Pengertian Strategi Politik.

Menurut James Stoner (Mahmud Insan, 2018: 47-59). Strategi dapat didefinisikan dalam dua perspektif yang berbeda. Perspektif pertama mengenai apa yang akan dilakukan oleh suatu organisasi. Dalam perspektif ini strategi adalah program yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi serta melaksanakan misinya. Kata program dalam definisi ini menyiratkan adanya peran yang aktif, rasional dan dijalankan oleh pemimpin dalam merumuskan strategi organisasi.

Sedangkan perspektif kedua, strategi adalah pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungan sepanjang waktu. Dalam strategi ini, setiap organisasi mempunyai strategi, walaupun tidak harus selalu efektif, sekalipun strategi itu tidak dirumuskan secara eksplisit. Sasaran organisasi (*organization goals*) merupakan komponen vital yang perlu diteliti dalam penyusunan strategi sebuah organisasi. Strategi memiliki ciri-ciri yang mendasar, dijalankannya sebuah strategi oleh sebuah organisasi.

Sedangkan menurut Draf (Tahir, dkk., 2015: 10-12) strategi dalam kepemimpinan politik yang perlu di kuasai oleh seorang pemimpin yaitu menguasai sumber manusia, mewujudkan konflik yang mengarah kearah perkembangan organisasi, membina serta keputusan hasil perbincangan dan perundingan.

Strategi Politik

Strategi politik juga dapat di artikan sebagai langkah-langkah yang di susun suatu partai politik dimana partai politik mempunyai visi misi dan nilai-nilai yang sesuai dengan aspirasi rakyat. Menurut Ratnia Solihah, (2016: 119) Strategi adalah seperangkat aktifitas yang digunakan untuk merencanakan, menentukan dan mengevaluasi berbagai cara untuk mencapai misi dan tujuan yang di inginkan. Strategi adalah suatu alat dan cara untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan.

Menurut Arifin (Hidayanti, 2015: 145) strategi kampanye politik dapat dimaknai sebagai keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan politik pada masa depan. Menurut Firmanzah (Wijaksono, 2016: 20-22). Strategi politik terdiri dari tiga tahap yaitu:

1. Segmenating

Tahap ini dapat dilakukan sebelum atau sesudah produk politik dibuat. Ini merupakan salah satu upaya untuk mengenali karakteristik tiap-tiap kelompok pasar, meskipun nanti tidak seluruh pasar yang yang diidentifikasi tersebut menjadikan kelompok yang di sasar.

Tahapan-tahapan yang harus dilakukan dalam *segmenating* adalah:

- a. Mengidentifikasi dasar-dasar atau kategorisasi yang akan digunakan sebagai dasar *segmenating* atau penataan pemilih
- b. Menyusun profil berdasarkan hasil *segmenating* pemilih. Dalam menyusun profil ini menyangkut adanya tiga hal, yaitu menyangkut profil tentang pendukung partai politik (*konsistuen*, simpatisan, dan *vote getter*), profil tentang masa mengembang yang mungkin diraih suaranya termasuk pemilih pemula dan profil tentang pendukung lain. Segmentasi ini dilakukan guna untuk mempermudah jalannya partai politik dalam menganalisis perilaku masyarakat. Hal tersebut dilakukan mengingat masyarakat terdiri dari berbagai kelompok yang memiliki latar belakang dan karakteristik yang berbeda-beda.

2. *Targeting*

setelah segmentasi dilaksanakan dan menghasilkan profil pemilih, tahap selanjutnya melaksanakan *targeting*. Ada beberapa cara membuat *targeting*, yaitu:

- a) Membuat acuan pengukuran masing-masing segmen politik, yang dimana kita sebagai calon legislatif mampu menentukan target yang mampu atau yang betul-betul akan memilih kita, serta seberapa besar jumlah pemilih yang nantinya akan di dapat.
- b) Memilih target dari segmen yang ada. Dikarenakan keterbatasan sumber daya politik tidak semua segmen memilih dijadikan target pemasaran politik. Pertimbangan memilih segmen mana yang akan dijadikan target ditentukan oleh dua hal, yaitu. Pertama efek langsung dari *segmen* politiknya yaitu perolehan suara dalam pemilu. Kedua, efek pengganda (*multiplier effect*) dengan ikutnya segmen tersebut dalam memperbesar perolehan suara. Dalam politik dikenal juga konsep *vote getter* yang menunjuk pada individu berpengaruh atau kelompok berpengaruh yang bisa memberi perilaku memilih individu atau anggota kelompoknya.

3. *Positioning*

Ditahap ini setiap target pemilih antara segmentasi dan *positioning* dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain. Segmentasi sangat dibutuhkan untuk dapat mengidentifikasi karakteristik yang muncul dalam setiap kelompok masyarakat. Sementara *positioning* adalah upaya untuk menempatkan *image* dan produk politik yang sesuai dengan masing-masing kelompok masyarakat. *Positioning* menyangkut produk politik yang di tawarkan, pesan politik yang akan di sampaikan, program kerja, dan *image* yang akan dimunculkan akan membantu penciptaan identitas politik bagi partai maupun anggota partai. Kesan positif atau negatif terhadap partai dan anggota sangat tergantung pada seberapa besar *positioning* yang akan dilakukan.

Menurut Hafied Cangara (Wijaksono, 2016: 22-23) pemasaran partai politik harus digerakan oleh 4 elemen utama yaitu:

- a. *Product*, dalam hal ini adalah partai politik sebagai produksi yang mempromosikan barang kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Sebagai contoh yaitu partai politik mempromosikan kandidat atau calon pilihannya kepada masyarakat agar dapat memenangkan pemilu.
- b. *Place*, tempat yang strategis dapat menemukan berbagai hal untuk pemilihan dan penentuan. Tempat (*place*) adalah cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih. Dalam hal ini komunikasi politik tempat sering dihubungkan dengan istilah ruang publik misalnya media massa yang dapat digunakan untuk memasarkan partai beserta cita-citanya dan programnya.
- c. *Price*, harga untuk partai berkampanye, semakin tinggi harga yang dikeluarkan maka semakin baik kualitas barangnya.
- d. *Promotion*, promosi di sini sama dengan pemasaran. Pemasaran juga dapat disebut kampanye. Kampanye adalah sebuah promosi yang dilakukan partai politik agar dapat dikenal dengan masyarakat dan memenangkan pemilu.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kabupaten Muna Barat dan waktu penelitian akan dilaksanakan bulan April-Juli 2021. Dengan pertimbangan bahwa di Kabupaten Muna Barat Partai Nasdem meraih perolehan suara mayoritas dan mendapat kursi terbanyak pada pemilihan DPRD pada tahun 2019 untuk periode 2019-2024.

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan strategi politik yang mendukung perolehan suara anggota partai Nasdem dalam pemilihan DPRD Kabupaten Muna Barat periode 2019-2024.

Subjek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah mereka yang terpilih pada pemilihan DPRD Kabupaten Muna Barat periode 2019-2024, khususnya mereka yang telah terpilih sebagai anggota DPRD partai Nasdem. Dalam penelitian ini, diharapkan mereka dapat memberikan informasi yang mendalam dan komprehensif mengenai strategi politik partai Nasdem yang mendukung perolehan suara dalam pemilihan DPRD Kabupaten Muna Barat Periode 2019-2024.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Wawancara mendalam (*indepth interviews*) dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi yang mendalam serta komprehensif mengenai strategi politik partai Nasdem yang mendukung perolehan suara dalam pemilihan DPRD Kabupaten Muna Barat Periode 2019-2024. Teknik ini dilakukan dengan cara wawancara langsung kepada responden maupun informan yakni mereka yang terpilih sebagai anggota DPRD partai Nasdem sebanyak 9 (sembilan) orang pada periode 2019-2024.
- 2) Dokumentasi data-data dan informasi yang telah dikumpulkan tentang strategi politik anggota partai Nasdem yang mendukung perolehan suara dalam pemilihan DPRD Kabupaten Muna Barat Periode 2019-2024 melalui hasil wawancara kemudian disusun secara sistematis dan disatukan sebagai bahan analisis dalam penelitian.

Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif model Miles dan Huberman. Teknik ini dilakukan dengan tiga komponen tahapan setelah pengumpulan data tentang strategi politik partai Nasdem yang mendukung perolehan suara dalam pemilihan DPRD Kabupaten Muna Barat Periode 2019-2024, yakni *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusions* (penarikan kesimpulan/verifikasi).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi Anggota Partai NasDem Muna Barat

1. Tahap strategi mengenali karakteristik masyarakat (*segmenting*)

Tahap ini dapat dilakukan sebelum atau sesudah produk politik dibuat. Ini merupakan salah satu upaya untuk mengenali karakteristik tiap kelompok pasar, meskipun nanti tidak seluruh pasar yang diidentifikasi tersebut dijadikan

kelompok yang dijadikan target. Ada beberapa cara untuk melaksanakan pendekatan *segmenting* yaitu;

- a) Mengidentifikasi dasar-dasar atau kategorisasi yang akan digunakan sebagai dasar *segmenting* atau penataan pemilih
- b) Menyusun profil berdasarkan hasil *segmenting* pemilih. Dalam menyusun profil ini menyangkut adanya tiga hal, yaitu menyangkut profil tentang pendukung partai politik (*konsistuen*, *simpatisan*, dan *vote getter*), profil tentang masa mengembang yang mungkin diraih suaranya termasuk pemilih pemula dan profil tentang pendukung lain.

Segmentasi ini dilakukan guna untuk mempermudah jalannya partai politik dalam menganalisis perilaku masyarakat. Hal tersebut dilakukan mengingat masyarakat terdiri dari berbagai kelompok yang memiliki latar belakang dan karakteristik yang berbeda-beda. Untuk menjalankan suatu program politik harus keruang politik melakukan kegiatan-kegiatan sosial berupa bantuan sosial, dari kegiatan harus dilakukan dengan cara berhati-hati agar tidak terjadi kekeliruan dalam memperoleh suara. Karena suatu program politik bisa berjalan apabila anggota-anggota calon mampu menentukan apa-apa saja yang menjadi kebutuhan suatu masyarakat, dengan terpenuhinya apa yang menjadi kebutuhan masyarakat itu merupakan suatu penilaian tersendiri bagi pemilih maupun bagi para calon pemilih.

2. Targeting

Setelah *segmenting* dilaksanakan dan menghasilkan profil pemilih, tahap selanjutnya melaksanakan *targeting*. Ada beberapa cara membuat *targeting*. Pertama, Membuat acuan pengukuran masing-masing segmen politik. Kedua, memilih target dari segmen yang ada. Dikarenakan keterbatasan sumber daya politik tidak semua segmen memilih dijadikan target pemasaran politik. Pertimbangan memilih segmen mana yang akan dijadikan target ditentukan oleh dua hal, yaitu. Pertama efek langsung dari *segmen* politiknya yaitu perolehan suara dalam pemilu. Kedua, efek pengganda (*multiplier effect*) dengan ikutnya segmen tersebut dalam memperbesar perolehan suara.

Dari tahap menjalankan suatu program politiknya anggota legislatif tahun 2019-2024. Tidak terlepas dari program politik yang di sampaikan, mereka juga tidak lupa untuk menjalankan yang namanya target politik. Dari target politik itulah para anggota caleg bisa menentukan siapa-siapa saja yang menjadi sasaran politik yang mampu menentukan suara kedepannya. Dalam politik dikenal juga konsep *vote getter* yang menunjuk pada individu berpengaruh atau kelompok berpengaruh yang bisa mempengaruhi perilaku memilih individu atau anggota kelompoknya.

Untuk menjalankan suatu target politik para anggota partai yang mencalonkan diri harus banyak bersosialisasi dengan masyarakat dan yang lebih utama dalam menjalankan target politik ini adalah menggunakan strategi pendekatan kekeluargaan yang lebih sering digunakan. Selain dari itu untuk menjalankan suatu strategi peran partai juga sangat penting untuk menentukan nasib dari setiap calonnya, peran dari partai disini adalah mempromosikan calonnya kepada masyarakat. Dalam suatu pemilu tidak ada satu partaipun yang ingin kalah, salah satu cara partai mempromosikan anggotanya adalah dengan cara memasang spanduk, berkampanye, iklan, dll.

Dari berbagai strategi yang dilakukan oleh anggota partai Nasdem ketika mengikuti pemilu legislatif tahun 2019-2024 membawa pengaruh baik bagi para calonnya untuk memperoleh suara sehingga banyak caleg dari partai Nasdem yang terpilih menjadi anggota DPRD di Kabupaten Muna Barat

3. Strategi *positioning*

Positioning adalah upaya untuk menempatkan image dan produk politik yang sesuai dengan masing-masing kelompok masyarakat. *Positioning* menyangkut produk politik yang ditawarkan, pesan politik yang akan disampaikan, program kerja, dan *image* yang akan dimunculkan akan membantu penciptaan identitas politik bagi partai maupun anggota partai. Kesan positif atau negatif terhadap partai dan anggotanya akan sangat tergantung pada seberapa besar *positioning* yang akan dilakukan. *Positioning* dalam ilmu manajemen pemasaran didefinisikan sebagai semua aktifitas atau kegiatan yang dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada konsumen agar mereka bisa membedakan produk yang dihasilkan oleh produsen lain. Ketika konsep ini dibawah kerangka pemasaran ilmu politik maka partai politik harus mampu menempatkan produk politik mereka (*police, person, party, presentation*) dan image politik dalam benak masyarakat. Maka produk politik dan image politik harus berbeda dengan yang lain.

Positioning dilakukan berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal dari hasil riset atau polling adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain antara memilih target *segmentation* dan target *positioning*. Segmentasi sangat dibutuhkan untuk dapat mengidentifikasi karakteristik yang muncul dalam setiap kelompok masyarakat. Sementara *positioning* adalah upaya untuk menempatkan *image* dan produk politik yang sesuai dengan masing-masing kelompok masyarakat. *Positioning* menyangkut produk politik yang ditawarkan, pesan politik yang akan disampaikan, program kerja, dan *image* yang akan dimunculkan akan membantu penciptaan identitas politik bagi partai maupun anggota partai. Kesan positif atau negatif terhadap partai dan anggotanya akan sangat tergantung pada seberapa bagus *positioning* yang akan dilakukan.

Dalam melaksanakan suatu strategi politik, yang lebih utama yang harus dijalankan adalah memberikan bantuan-bantuan sosial kemasyarakatan, berupa bantuan logistik dan, menjajikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Maka dari tahap *positioning* inilah kita dapat melihat bahwa para anggota partai berusaha untuk menarik perhatian masyarakat dan mampu menanamkan kesan dan pesan yang ada di para pemilih agar mereka mampu membedakan dengan para pesaingnya yang sangat ketat dan peran partai politik juga harus mampu menempatkan produk politiknya dan image politiknya dalam benak masyarakat.

Tanpa mengurangi dari ketiga strategi di atas, peran media sangat dibutuhkan atau sangat penting dalam proses kampanye dan sosialisasi politik kepada masyarakat guna untuk kepentingan menyebar luaskan informasi. Kajian pemasaran politik sangat berkontribusi di dunia politik itu sendiri. Strateginya mencoba untuk memahami dan menganalisis pada yang diinginkan atau yang dibutuhkan para pemilih. Kegiatan politik harus diusahakan sejalan dengan aspirasi masyarakat luas atau keinginan dan harapan masyarakat secara umum. Pemasaran politik bertujuan untuk memenangkan partai politik dalam suatu pesta demokrasi atau pemilu. Jadi pada intinya *political marketing* adalah segala cara yang dipakai dalam kampanye politik untuk mempengaruhi pilihan para pemilih.

Kompetisi dalam memperebutkan suara pemilih, menuntut tim kampanye dari masing-masing kandidat untuk merancang suatu formulasi khusus untuk menjaring suara pemilih sebanyak mungkin. Formulasi khusus tersebut berbentuk strategi komunikasi dan tahapan strategi pemasaran politik yang dijalankan untuk mengidentifikasi masyarakat pemilih potensial yang sesuai dengan keunggulan kandidat calon.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan anggota partai Nasdem Kabupaten Muna Barat dalam memenangkan pemilu 2019-2024 yaitu

1. *Segmenating*, tahap ini dapat dilakukan sebelum atau sesudah produk politik dibuat. Ini merupakan salah satu upaya untuk mengenali karakteristik tiap kelompok pasar, meskipun nanti tidak seluruh pasar yang yang diidentifikasi tersebut menjadikan kelompok yang di sasar.
2. *Targeting*, setelah *segmenating* dilaksanakan dan menghasilkan profil pemilih, tahap selanjutnya melaksanakan *targeting*. Ada beberapa cara membuat *targeting*. Pertama, Membuat acuan pengukuran masing-masing segmen politik. Kedua, memilih target dari segmen yang ada. *Positioning*, ditahap ini setiap target pemilih antara segmentasi dan
3. *positioning* dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain. Segmentasi sangat dibutuhkan untuk dapat mengidentifikasi karakteristik yang muncul dalam setiap kelompok masyarakat. Sementara *positioning* adalah upaya untuk menempatkan image dan produk politik yang sesuai dengan masing-masing kelompok masyarakat.

Saran

Saran penelitian ini adalah:

1. Kepada pengurus partai Nasdem Kabupaten Muna Barat agar terus meningkatkan strategi dalam menghadapi pemilu
2. Kepada pengurus partai Nasdem Kabupaten Muna Barat agar selalu memberikan motivasi kepada para kader-kadernya agar selalu percaya diri dalam menghadapi pemilu terutama kepada para kader-kader wanita harus lebih percaya diri dan bisa bertanggung jawab atas amanah yang akan di tempuh dalam kancah politik DPRD.
3. Untuk penelitian lebih lanjut, maka masih banyak cara untuk membahas kemenangan suara bagi setiap calon, namun disini penulis membahas tentang starategi poitik sendiri bagi para calon.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayanti, Dini, Herpamudji. 2014. *Strategi Kampanye Politik Prabowo-Hatta dan Perang Pencitraan di Media Massa dalam Pemilu Presiden. Jurnal Politika, Vol 6 No 1, April: 13-24.*
- Mahmud, Insan. *Strategi Pemenangan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Pemilu Legislatif Kota*

- Salatiga Tahun 2009*. Universitas Sains Alqur'an (UNSIQ), *Jurnal Ilmu Politik Vol 9 No 1, April 2018: 47-59*.
- Ratnia, Soliha. *Pengaruh Dinamika Internal Partai Terhadap Strategi Politik Partai Amanat Nasional Pasca Kongres IV Tahun 2015*. Departemen Ilmu Politik FISIP UNPAD, *Jurnal Wacana Politik Vol 1, No 2 Oktober 2016: 116-123*.
- Ridho, Rifgi Mochammad. 2011. *Strategi Komunikasi Politik dalam Perolehan Suara Partai Persatuan Pembangunan (PPP) pada Pemilu Legislatif 2009 di Kabupaten Tegal (skripsi)*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sulaeman Affan. *Demokrasi, Partai Politik, dan Pemilihan Kepala Daerah*. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 2017 Vol 1: 12-25.
- Surahmadi. *Strategi Pemenangan Politik Pangan Idza-Narjo dalam Pemilukada Kabupaten Brebes*. *Jurnal Ilmu Politik*. Oktober 2016 Vol 7: No 2.
- Tahir, Lokman Mohd. Al Muzammil, M. & Salleh, Mislina. 2011 *Impak Strategi Politik Terhadap Amalan Kepimpinan Pengajaran Pengetua Cemerlang*. Fakultas Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia, 81310 UTM Johor Bahru, Johor, Malaysia. *Jurnal Teknologi 2012 /12. Vol 60*.
- Febrian, Wijaksono Aji. 2014. *Strategi Politik Partai Nasional Demokrat dalam Perolehan Suara pada Pemilu Legislatif 2014*. Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.