

Daftar Isi

Struktur Kepengurusan Jurnal	i
Pengantar Redaksi	ii
Daftar Isi	v
1. STRATEGI POSITIONING POLITIK DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN SUARA PARTAI NASIONAL DEMOKRAT PADA PEMILU 2014 DI KOTA AMBON	
Johan Tehuayo	1-20
2. IMPLEMENTASI PROGRAM ALOKASI DANA DESA DI PROVINSI MALUKU	
Joana J. Tuhumury	21-30
3. IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PROGRAM BANTUAN OPERASIONAL SEKOLAH (BOS) PADA SMP NEGERI 2 AMBON	
Said Lestaluhu	31-55
4. KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM KETAHANAN PANGAN LOKAL DI PROVINSI MALUKU	
Muhammad Taher Karepesina & Amir Faisal Kotarumalos	56-66
5. ANALISIS GAYA KEPEMIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI DI KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN SERAM TIMUR	
Sitti Nurjana Batjo	67-72
6. IMPELEMENTASI KEBIJAKAN KANTOR PEMBANTU REKTOR IV UT TENTANG PEMBERIAN TAMBAHAN DANA SOSIALISASI DAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN ANGKA PARTISIPASI MAHASISWA DI UPBJJ UT AMBON	
Muhammad Taher Karepesina	73-90
7. AKULTURASI PERILAKU KOMUNIKASI ANTAR ETNIS JAWA DAN ETNIS SERAM DI KECAMATAN KAIRATU KABUPATEN SERAM BAGIAN BARAT	
Selvianus Salakay	91-99
8. INVENTARIS BUDAYA MASYARAKAT ADAT (STUDI MASYARAKAT NEGERI SOYA)	
Prapti Murwani	100-115
9. KONFLIK PORTO HARIA DI KECAMATAN SAPARUA KABUPATEN MALUKU TENGAH (SUATU TINJAUAN PERSPEKTIF DALAM SOSIOLOGI)	
Sarmalina Rieuwpassa	116-134
10. PENGARUH REPUTASI DAN EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA PRODUK HIGHT DAN LOW INVOLVEMENT)	
Amir Rumra	135-149

STRATEGI POSITIONING POLITIK DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN SUARA PARTAI NASIONAL DEMOKRAT PADA PEMILU 2014 DI KOTA AMBON

Johan Tehuayo¹

Abstrak

Kehadiran partai politik di Indonesia merupakan salah satu pilar dalam proses pembangunan demokrasi. Hal ini disebabkan karena partai politik di Indonesia memiliki peran penting dan strategis dalam mengartikulasikan dan mengagregasikan kepentingan masyarakat untuk diperjuangkan pada lembaga-lembaga pemerintahan di satu sisi, dan pada sisi yang lain, berperan untuk mensosialisasikan atau mengkomunikasikan berbagai kebijakan public kepada masyarakat, misalnya menyampaikan berbagai produk regulasi atau undang-undang kepada masyarakat, agar dapat dipahami dan dilaksanakan oleh masyarakat.

Kata Kunci: Strategi, Positioning, Politik, Perolehan Suara

A. Pendahuluan

Proses pembentukan partai politik di berbagai Negara bertujuan untuk memperoleh kekuasaan pada lembaga legislatif maupun eksekutif. Karena dengan menguasai parlemen dan eksekutif mereka akan membuat berbagai kebijakan public untuk kepentingan masyarakat. Keberadaan partai politik di Negara-negara yang menganut system demokrasi didasarkan pada perluasan partisipasi masyarakat dalam system politik. Kecenderungan ini disebabkan karena dalam system yang demokrasi masyarakatlah yang memiliki kedaulatan oleh karena itu masyarakat harus dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan politik baik terkait dengan proses rekrutmen kepemimpinan politik, perumusan kebijakan public maupun terkait dengan perencanaan pembangunan.

Kehadiran partai politik di Indonesia merupakan salah satu pilar dalam proses pembangunan demokrasi. Hal ini disebabkan karena partai politik di Indonesia memiliki peran penting dan strategis dalam mengartikulasikan dan mengagregasikan kepentingan masyarakat untuk diperjuangkan pada lembaga-lembaga pemerintahan di satu sisi, dan pada sisi yang lain, berperan untuk mensosialisasikan atau mengkomunikasikan berbagai kebijakan public kepada masyarakat, misalnya menyampaikan berbagai produk regulasi atau undang-undang kepada masyarakat, agar dapat dipahami dan dilaksanakan oleh masyarakat.

¹ Dosen Prodi Ilmu Pemerintahan FISIP, Univ. Patimura, Ambon

Dinamika perkembangan system kepartaian di Indonesia sangat dipengaruhi oleh rezim yang berkuasa atau oleh pemerintah yang berkuasa. Misalnya ketika di masa pemerintahan Orde Lama, kita memiliki system multi partai yaitu terdapat dua puluh enam partai politik yang mengikuti pemilihan umum pada tahun 1955. Sedangkan sepuluh partai politik sebagai peserta pemilu 1971. Kemudian mengalami perubahan menjadi system tri partai di masa pemerintahan Orde Baru. Sistem tri partai yang dibentuk di era pemerintahan Orde Baru melalui sebuah kebijakan pemerintah untuk melakukan fusi partai politik sehingga hanya tiga partai politik yang berkompetisi dari pemilu ke pemilu. Tiga partai politik yang berkompetisi dari pemilu, yaitu dari pemilu 1977 sampai dengan pemilu 1997 adalah Golongan Karya (Golkar), yang berideologi nasionalis development. Sedangkan Partai Demokrasi Indonesia (PDI), adalah gabungan dari beberapa partai politik yang berideologis nasionalis sosialis, dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) adalah gabungan dari partai-partai politik yang berideologis Islam. Kemudian di era reformasi maka system kepartaian mengalami perubahan menjadi system multi partai.

Kecenderungan digunakannya system multi partai di era reformasi ini tentunya di sebabkan karena proses pembangunan di era Orde Baru lebih mengutamakan pembangunan di bidang ekonomi, akibatnya proses demokratisasi atau pembangunan demokrasi tidak terlaksana dengan baik. Pada rezim pemerintahan Orde Baru tidak adanya kebebasan bagi warga Negara untuk membentuk organisasi social politik, masyarakat tidak dilibatkan dalam proses pembangunan. Hal ini dapat dilihat pada berbagai proses-proses politik, tingkat partisipasi masyarakat sangat rendah akibat dari tidak diberikan ruang partisipasi politik yang memadai. Oleh karena itu, dengan adanya kebebasan diberikan kepada masyarakat untuk membentuk organisasi social politik, serta adanya perluasan partisipasi public dalam system politik di Indonesia memberikan ruang ekspresi kepada masyarakat untuk membentuk partai politik. Kehadiran partai-partai politik di Indonesia di masa reformasi ini dalam perkembangannya di landaskan pada ideologi pancasila. Namun basis ideologisnya bermacam-macam. Misalnya partai politik dengan basis nasionalis, pemebangunan, sosialis,liberalis, kapitalisme, agama, dan lain sebagainya. Beberapa partai politik yang dibentuk di era reformasi untuk mengikuti pemilu tahun 2014 ini, selain Partai GOLKAR, PDIP dan PPP yang merupakan produk lama, adalah partai DEMOKRAT, PKS, PAN, PKB, GERINDRA, HANURA, PBB, dan NASDEM.

Terkait dengan kehadiran partai Nasdem dalam dinamika politik di Indonesia tentunya di dasarkan pada berbagai peristiwa dan fenomena politik menjelang pemilu 2014. Partai politik yang berbasis ideologi nasionalis demokrat, diawali oleh adanya konflik internal dalam struktur partai Golkar yang disebabkan oleh kompetisi antara elit partai dalam memperebutkan posisi ketua umum. Yaitu antara Aburizal Bakri di satu pihak, dan Surya Paloh di pihak yang

lain. Akibatnya terjadi perpecahan dalam infrastruktur partai Golkar. Hal ini terlihat pada pertarungan kedua kubu elit Golkar yang kemudian dimenangkan oleh kubu Aburizal Bakri, dengan dukungan suara dari DPD dan DPC di seluruh Indonesia. Perpecahan dikalangan elit partai, terlihat pada berpalingnya Surya Paloh dari Golkar dan membentuk organisasi social kemasyarakatan yang diberi nama Nasional Demokrat (NASDEM). Munculnya organisasi social kemasyarakatan (Ormas) Nasdem yang merupakan embirio dari partai Nasdem merupakan kekecewaan politik dari elit Golkar yang kemudian mengakomodir berbagai kepentingan dari berbagai kelompok, golongan, maupun elemen dalam masyarakat.

Dalam proses pelembagaannya atau proses strukturasinya Ormas Nasdem kemudian membentuk struktur organisasinya di berbagai daerah di Indonesia baik ditingkat Propinsi maupun Kabupaten dan kota dan melibatkan berbagai pemimpin pemerintahan di tingkat local, tokoh-tokoh masyarakat, tokoh adat, tokoh agama dan lain sebagainya, namun pada struktur Pimpinan Pusatnya diketuai oleh SuRya Paloh. Proses perkembangan dari Ormas ini, ketika menjelang pemilihan umum tahun 2014, para pemimpin ormas ini kemudian membentuk partai politik dengan tetap menggunakan nama NASDEM dan secara resmi menjadi salah satu kontestan dalam pemilihan umum tahun 2014 dengan nama partainya adalah partai Nasional Demokrat (Nasdem) yang diketuai oleh Surya Paloh dan Rio Capele sebagai sekretaris Dewan Pimpinan Pusat Nasdem.

Dalam rangka berkompetisi dalam pemilihan anggota legeslatif partai nasdem terdaftar sebagai peserta dengan nomor urut satu yang kemudian memperoleh dukungan public sebesar 6,74% pada parlemen nasional. Pemilihan umum tahun 2014 dapat dipahami sebagai mekanisme politik untuk mengkompetisikan partai-partai politik agar dapat menempatkan calon-calonnya pada lembaga legeslatif, dan para individu yang mewakili daerah propinsi untuk memperoleh dukungan public dari masyarakat agar mereka mejandi anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPD), serta mengkompetisikan para calon presiden dan wakila presiden yang di calonkan oleh partai politik melalui koalisi. Koalisi yang dilakukan oleh partai-partai politik kali ini, karena hasil pemilihan umum telah menjukan tidak ada partai yang dominan mencapai presidensial threshold yaitu 20%.

Terkait dengan proses penyelenggaraan pemilihan umu di tingkat local khususnya di Kota Ambon, hasil perhitungan suara secara resmi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPUD) kota Ambon terkait dengan perolehan suara dan perolehan kursi untuk lembaga legeslatif kota Ambon, telah menunjukkan perolehan suara yang diperoleh parati Nasional Demokrat (Nasdem) sangat signifikan yaitu mencapai 4 kursi. Bila dibandingkan dengan beberapa partai politik seperti PPP,PKS,PAN,dan PKB, yang dalam perolehan suara dan kursi pada

pemilu 2014 di kota Ambon tidak mencapai 4 kursi, bahkan mengalami penurunan suara atau jumlah kursi.

Fenomena ini menunjukan bahwa Partai Nasdem yang baru pertama kali menjadi kontestan pemilu tahun 2014 dan baru dibentuk pada tahun 2013 telah mendapat dukungan public yang drastis di Kota Ambon. Perolehan suara dan kursi ini bukan hanya pada daerah kota Ambon, tetapi juga di berbagai daerah yang ada di Indonesia baik di DPRD Propinsi maupun DPRD Kabupaten /Kota. Dukungan suara yang di raih oleh partai Nasdem ini juga terlihat pada tataran parlemen nasional memperoleh dukungan public yang signifikan dari masyarakat yaitu mencapai 6,74% suara atau kursi di Parlemen Nasional. Mengenai perolehan suara dan kursi di DPRD kota Ambon dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel .1 Perolehan Suara dan Kursi di DPRD Kota Ambon Pada Pemilu 2014

NO	Nama Partai Politik	Jumlah Suara	Prosentasi %	Jumlah Kursi
1	Nasional Democrat	14.638	8,16	3
2	Kebangkitan Bangsa	10.468	5,85	2
3	Keadilan Sejahtera	15.453	8,59	2
4	Demokrasi Indonesia Perjuangan	25.805	14,35	5
5	Golongan Karya	20.872	11,61	4
6	Gerakan Indonesia Raya	17.788	9,89	4
7	Demokrat	17.152	9,54	4
8	Amanat Nasional	10.296	5,72	1
9	Persatuan Pembangunan	14.484	8,85	3
10	Hati Nurani Rakyat	13.205	7,34	3
11	Bulan Bintang	9.519	5,29	2
12	Keadilan dan Persatuan Indonesia	10.071	5,60	2
	Jumlah	179.751	100	35

Dari table 1 di atas dapat dipahamai bahwa perolehan suara yang diraih oleh masing-masing partai politik berbeda-beda ada partai politik yang mengalami peningkatan perolehan suara bila dibandingkan dengan pemilu tahun 2009, tetapi ada juga ada yang mengalami penurunan suara bila dibandingkan dengan pemilu sebelumnya. Misalnya PDIP memperoleh suara yang mayoritas yaitu dengan memperoleh 25.805 suara atau 5 kursi di DPRD kota Ambon, sehingga masih tetap memperoleh posisi ketua DPRD. Sedangkan Partai Golkar dengan jumlah perolehan sura mencapai 20.872 atau 4 kursi, jika dibandingkan dengan pemilu 2009 partai ini mengalami penurunan suara. Partai

Demokrat memperoleh 17.152 suara atau 4 kursi. Gerindra memperoleh suara sebesar 17.788 atau 4 kursi. Pada partai Gerindra bila dibandingkan dengan pemilu sebelumnya mengalami peningkatan yaitu dari 2 kursi menjadi 4 kursi. Pada PPP memperoleh dukungan suara 14.484 atau 3 kursi dan tidak mengalami kenaikan maupun tidak mengalami penurunan sama dengan pemilu 2009. Sedangkan PAN memperoleh 10.292 suara atau 1 kursi, mengalami penurunan bila dibandingkan dengan pemilu 2009 karena meraih 2 kursi turun menjadi 1 kursi, PKB mengalami kenaikan suara yaitu mencapai 10.468 atau 2 kursi, bila dibandingkan dengan pemilu sebelumnya yaitu pemilu 2009 tidak memperoleh kursi, namun pada pemilu 2014 naik menjadi 2 kursi. Partai Hanura memperoleh 13.205 atau 3 kursi. PKS memperoleh 15.453 suara atau 2 kursi, bila dibandingkan dengan pemilu 2009 PKS 3 kursi dan turun menjadi 2 kursi.

Partai Nasdem yang merupakan peserta baru dalam pemilu 2014 memperoleh suara sebesar 14.638 atau (8,16%) dan memperoleh 3 kursi di DPRD kota Ambon, menunjukkan bahwa meskipun merupakan partai politik yang pertama kali mengikuti pemilihan umum namun telah memperoleh dukungan publik yang signifikan sebuah hasil yang sangat baik dalam konfigurasi politik di parlemen local. Hasil perolehan suara dan kursi yang diraih oleh partai –partai politik ini menunjukkan bahwa sikap politik masyarakat dalam memberikan dukungan politik pada pemilu-kepemilu selalu mengalami perubahan. Hal ini terlihat pada pemilu 2014, menunjukkan adanya perubahan sikap politik masyarakat dalam menentukan pilihan politiknya terhadap suatu partai. Masyarakat pemilih dalam menentukan pilihan politiknya sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap suatu partai politik sejauhmana kehadiran partai-partai politik tersebut ditengah-tengah masyarakat melalui pelaksanaan program-programnya, dan komitmen mereka dalam memperjuangkan kesejahteraan masyarakat.

Kehadiran partai Nasdem sebagai pendatang baru ini tentunya menjadi kekuatan politik baru dalam mempengaruhi berbagai kebijakan pemerintah di ditingkat daerah. Perolehan suara yang signifikan dari partai Nasdem di kota Ambon tentunya sangat dipengaruhi oleh strategi positioning politik yang digunakannya menjelang pemilu. Oleh karena itu, hal ini menarik untuk di kaji dalam penulisan jurnal ini dengan judul “Strategi positioning dalam meningkatkan perolehan suara Partai Nasdem pada pemilu 2014 di kota Ambon.” Dalam konteks itu maka permasalahan pokok dalam penulisan makalah ini adalah “Sejauhmana strategi positioning dapat meningkatkan perolehan suara partai Nasdem pada pemilihan umum tahun 2014 di kota Ambon?”

B.Perspektif Teoritis

1. Mendefinisikan Strategi Positioning Politik

Keberhasilan suatu partai politik untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat pada saat pemilihan umum sangat di pengaruhi oleh strategi yang digunakan. Tentunya hal ini terkait dengan strategi organisasi partai politik untuk mempengaruhi masyarakat agar masyarakat dapat memberikan dukungannya. Strategi dapat dipahami sebagai sebuah cara atau metode yang mesti dilakukan dalam berkompetisi dengan pihak lain. Dalam kerangka berfikir manajemen strategis menurut Bryson (1995:12-23) yaitu berupaya mencari jalan keluar bagi organisasi atau institusi untuk beradaptasi kembali terhadap perubahan dan tantangan lingkungan. Kegunaan praktis dari manajemen strategis adalah :

1. Pengembangan strategis yang efektif
2. Memperjelas arah masa depan
3. Menciptakan prioritas
4. Membuat keputusan saat ini dengan mempertimbangkan konsekuensi masa yang akan datang
5. Mengembangkan landasan yang kokoh bagi pembuatan keputusan
6. Membuat keputusan yang melampaui fungsi dan struktur yang ada
7. Memecahkan masalah pokok yang di hadapi
8. Memperbaiki kinerja institusi
9. Menangani lingkungan yang selalu berubah.

Dengan manajemen strategis dapat memberikan gambaran kepada pengambil keputusan mengenai bagaimana suatu partai politik dapat digerakan untuk mencapai tujuan sesuai dengan visi dan misi yang diimbangnya, dengan mengolah secara efektif factor-faktor yang berpengaruh. Dalam kerangka itu maka beberapa pertimbangan yang mesti digunakan menurut Bryson,1995:55-71) adalah :

1. Memprakasai dan meminta persetujuan terhadap suatu proses perencanaan strategis. Dengan melakukan negosiasi dengan para pengambil keputusan untuk memperoleh dukungan dan komitmen dalam pelaksanaan nanti
2. Mengidentifikasi mandate institusi atau organisasi partai politik yang di dalamnya terhadap hal-hal yang harus dilakuakn dan tidak dilakukan.
3. Memperjelas misi dan nilai-nilai institusi atau organisasi partai politik untuk diidentifikasi kebutuhan-kebutuhan social dan politik yang ingin dicapai.
4. Menilai lingkungan eksternal yang menyangkut peluang maupun ancaman yang ada.hal ini meliputi factor politik, ekonomi, social, dan teknologi.
5. Menilai lingkungan internal yang berhubungan dengan kekuatan yang dimiliki institusi atau organisasi partai politik maupun kelemahan yang ada.Dalam hal ini institusi dapat memantau sumber daya sebagai input, dan strategi saat ini sebagai proses dan kinerja yang diperoleh sebagai output.
6. Mengidentifikasi isu strageis yang dihadapi organisasi partai politik, yang antara lain menyangkut tujuan, cara,falasafah,lokasi,keakuratan waktu

dan kelompok-kelompok yang memperoleh keuntungan atau mengalami kerugian jika strategi baru dijalankan.

7. Merumuskan strategis untuk mengolah atau menanggapi isu-isu yang berkembang.
8. Menciptakan suatu visi institusi atau organisasi yang efektif bagi masa depan.

Terkait dengan visi menurut Salusu (1996:130) adalah gambaran kondisi masa depan yang masih abstrak, tetapi merupakan konsepsi yang dapat dibaca oleh setiap orang. Visi merupakan suatu pikiran yang melampaui realitas sekarang, sesuatu atau keadaan yang diciptakan, yang belum pernah ada sebelumnya dan akan diwujudkan oleh seluruh anggota organisasi partai politik. Visi memberikan gambaran kondisi yang dicapai organisasi di masa yang akan datang. Sedangkan misi adalah sesuatu yang harus dilaksanakan oleh suatu institusi atau organisasi partai politik untuk mencapai tujuan yang diinginkan atau ditetapkan. Misi merupakan pernyataan tentang tujuan organisasi yang diungkapkan dalam bentuk output dan pelayanan yang optimal untuk memenuhi tuntutan, kebutuhan, dan keinginan masyarakat yang ada.

Menurut Handoko dalam Tangkilisan (1995:108) mengemukakan bahwa misi organisasi menunjukkan fungsi yang hendak dijalankan dalam suatu sistem sosial dan ekonomi tertentu. Misi organisasi menjelaskan juga alasan keberadaan institusi atau organisasi tersebut, mengapa ia ada dan apa tujuan pendiriannya. Dengan demikian, organisasi harus dilihat sebagai alat untuk mencapai tujuan. Menurut Etzioni dalam Handoko dalam Tangkilisan (1995:109) tujuan organisasi adalah suatu pernyataan tentang keadaan yang diinginkan, di mana organisasi tersebut bermaksud merealisasikan, dan sebagai pernyataan tentang keadaan di waktu yang akan datang.

Dalam kaitannya dengan strategi positioning politik merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh organisasi partai politik karena beberapa hal :

1. Strategi positioning politik akan membantu pemilih dalam menentukan siapa yang akan dipilih. Kejelasan positioning politik akan memudahkan pemilih dalam mengidentifikasi suatu partai politik, sekaligus membedakannya dengan organisasi politik yang lain.
2. Positioning politik yang jelas juga membantu anggota partai politik sendiri dalam membentuk identitas mereka. Dengan demikian, kebijakan dan arah partai yang jelas dalam hal yang menyangkut karakteristik partainya niscaya akan membantu dan memudahkan para anggotanya.
3. Positioning yang jelas juga akan membantu dalam melakukan pendekatan mereka kepada masyarakat.
4. Positioning politik yang jelas akan mengarahkan jenis sumber daya politik apa yang diperlukan.

Menurut Ries & Trout,(1981), dalam Firmanzah,(2008:209) Positioning dalam marketing politik didefinisikan sebagai semua aktifitas untuk menanamkan

kesan di benak konsumen agar mereka bisa membedakan produk dan jasa yang dihasilkan oleh organisasi partai politik. Dalam positioning, atribut produk dan jasa yang dihasilkan akan direkam dalam bentuk image yang terdapat dalam system kognitif konsumen. Dengan demikian, konsumen akan dengan mudah mengidentifikasi, sekaligus membedakan produk dan jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan produk-produk dan jasa-jasa lainnya. Ketika konsep ini diadopsi dalam konteks politik dalam iklim persaingan partai politik harus mampu menempatkan produk politik dan image politik dalam benak masyarakat. Oleh karena itu harus memiliki sesuatu yang berbeda bila dibandingkan dengan produk dan image politik lainnya.

Menurut Worcester & Banes (2006), dalam Firmanzah (2008:2011) bahwa yang membuat sulit repositioning adalah kenyataan bahwa, dalam beberapa hal partai politik terkait sangat erat dengan post records yang terekam dalam memori kolektif pemilih. Memori ini merupakan petunjuk bagi para pemilih untuk menganalisis setiap aktifitas yang akan dilakukan partai atau kontestan. Permasalahan mendasar dalam positioning adalah penciptaan konsisten image yang mengurucut pada suatu tema tertentu dimana image politiknya terdiri dari program kerja partai, isu politik dan image pemimpin partai.

Masing-masing kelompok masyarakat memiliki karakteristik yang berbeda satu dengan yang lain. Setiap karakteristik menuntut pendekatan yang berbeda-beda. Pendekatan pada satu kelompok tertentu belum tentu sesuai dengan karakteristik kelompok lain. Sehingga aktivitas segmentasi masyarakat perlu sekali dilakukan untuk mengetahui karakteristik yang terdapat di dalamnya sekaligus untuk mengembangkan pendekatan yang sesuai dengan masing-masing karakteristik. Menurut Smith dan Hirst (2003) dalam Firmanzah (2008:212-213) juga berpendapat bahwa institusi politik perlu melakukan segmentasi atau pemetaan politik disebabkan beberapa hal :

1. Tidak semua segmen pasar dimasuki, hanya segmen-segmen pasar yang memiliki ukuran dan jumlah signifikanlah yang sebaiknya diperhatikan.
2. Sumber daya partai politik bukanlah tidak terbatas. Seringkali partai politik harus melakukan aktivitas yang menjadi prioritas utama saja mengingat keterbatasan sumber daya.
3. Terkait dengan efektifitas program komunikasi politik yang akan dilakukan . masing-masing segmen memiliki ciri dan karakteristik yang berlainan.

Antara segmentasi dengan positioning adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain. Segmentasi sangat dibutuhkan untuk dapat mengidentifikasi karakteristik yang muncul di setiap kelompok masyarakat. Sedangkan positioning adalah upaya untuk menempatkan image dan produk politik yang sesuai dengan masing-masing kelompok masyarakat. Positioning tidak akan dapat dilakukan tanpa adanya segmentasi politik. Pasar politik adalah suatu komunitas yang tersusun oleh komponen-komponen yang sangat beragam, dimana satu komponen saling berinteraksi dengan yang lain.

Menurut Firmanzah (2008:215-216), setiap partai politik harus menyusun profil hasil segmentasi politik yang meliputi tiga hal adalah sebagai berikut :

1. Profil tentang pendukung partai politik. Karakteristik pendukung dan simpatisan perlu diketahui untuk memahami mengapa mereka menjadi pendukung. Karakteristik dasar seperti usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, tujuan hidup, life style, nilai dan norma hidup pun perlu diketahui. Pemahaman yang baik tentang hal-hal itu akan meningkatkan kemampuan partai politik dan kontestan bersangkutan untuk bisa tersu menerus melayani kebutuhan politik para anggotanya. Di samping itu, profil yang detail tentang pendukung dapat mengembangkan program kerja dan isu politik yang sesuai dengan karakteristik pendukung.
2. Profil tentang masa mengambang di lakukan untuk mengetahui jumlah sekaligus karakteristik yang mendasarinya. Masa mengambang biasanya akan menunggu sampai berakhirnya periode kampanye baru setelah itu memutuskan kontestan mana yang akan di pilih. Ketika mereka melihat tidak ada satu pun kontestan yang dianggap menarik, mereka cenderung untuk menjadi golput. Mereka melihat bahwa memilih dan tidak memilih sama saja tidak akan mengubah kondisi mereka sendiri. Salah satu penyebab munculnya gejala ini adalah tawaran program kerja yang sama sekali tidak menjawab apa yang diinginkan masa mengambang.
3. Profil tentang pendukung partai lain karena setiap kontestan pemilihan umum dituntut untuk memperbesar dukungannya mereka. Salah satu strategi adalah proaktif dalam memperbesar perolehan suara. Hal ini dilakukan karena suatu partai politik selalu berada dibawah ancaman permanen pesaing politik dalam berupaya merebut dukungan dari pendukung tradisional.

2. Mendefinisikan Perolehan Suara Partai Nasdem Pada Pemilu 2014

Sebagai sebuah organisasi yang modern, partai politik di harapkan dapat menggunakan strategi yang tepat dan bagaimana merealisasikan visi dan misinya dengan baik. Tujuan partai politik adalah bagaimana memperoleh dukungan politik dari masyarakat sebanyak-banyaknya melalui pemilihan umum agar wakil-wakilnya bisa ditempatkan pada lembaga legislatif baik ditingkat nasional maupun local.

Dalam kaitannya dengan itu, maka partai politik menurut Meriam Budiardjo (2010:404) adalah :

“Suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini adalah memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik melalui cara yang konstitusional untuk melaksanakan kebijaksanaan yang mereka miliki.”

Sedangkan menurut Carl J. Friedrich, (dalam Meriam,2010:404) partai politik adalah :

“Sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pimpinan partainya dan berdasarkan penguasaan ini memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat idiil maupun matril”.

Dengan melihat pengertian partai politik yang dikemukakan di atas maka dapat dipahami bahwa maka partai politik itu harus terdiri dari sekelompok orang yang cerdas yang memiliki satu tujuan tidak boleh terdapat banyak tujuan dari elit-elitnya karena akan meyebabkan perpecahan dalam strukur oranisasinya, memiliki mekanisme atau aturan yang mengatur interaksi organisasi secara internal artinya proses-proses pengambilan keputusan dalam organisasi partai politik haruslah berpedoman pada norma atau aturan itu misalnya, Anggaran Dasar (AD) dan Anggaran Rumah Tangga (ART) yang dimiliki oleh partai politik tersebut.

Selain itu, system pengkaderan yang dilakukan, maupun system rekrutmen anggota, pengurus, maupun para calaon anggota legeslatif. Partai politik juga merupakan suatu organisasi yang berorientasi pada kekuasaan baik pada lembaga legeslatif maupun pada eksekutif melalui pemilihan umum, hal ini berbeda dengan organisasi lain seperti kelompok kepentingan, maupun organisasi social kemasyarakatan yang tentunya tidak berorientasi pada kekuasaan. Karena dengan kekuasaan yang di miliki maka berbagai kepentingan public atau masyarakat dapat di realisasikan dalam bentuk membuat kebijakan-kebijakan public, di samping itu juga untuk kepentingan organisasi partainya.

Berbeda dengan konteks di atas, Partai politik menurut La Palombara dan Weiner (1966) dalam Firmansyah (2005:67-68) mengidentifikasi empat karakteristik dasar yang menjadi cirri khas organisasi yang di katagorikan sebagai partai politik adalah sebagai berikut :

1. Organisasi jangka panjang. Organisasi partai politik harus bersifat jangka panjang,diharapkan dapat terus hadir meskipun pendirinya sudah tidak ada lagi. Partai politik bukan sekedar gabungan dari para pendukung yang setia dengan pemimpinnya yang kharismatik. Partai politik hanya akan berfungsi dengan baik sebagai organisasi ketika ada system dan prosudur yang mengatur aktivitas organisasi. Dan ada mekanisme suksesi yang dapat menjamin keberlangsungan partai politik untuk jangka waktu yang lama.
2. Struktur organisasi. Partai politik hnaya akan menjalankan fungsi politiknya apabiladi dikung oleh struktur organisasi, mulai dari tingkat local sampai nasional, dan ada pula interkasi yang teratur diantara

keduanya. Partai politik kemudian di lihat sebagai organisasi yang meliputi suatu wilayah teritorial serta dikelola secara prosudural dan sistematis. Struktur partai politik yang sistematis dapat menjamin aliran informasi dari bawah keatas maupun dari atas kebawah, sehingga nantinya akan meningkatkan efisiensi serta efektifitas fungsi control dan koordinasi.

3. Tujuan berkuasa. Partai politik didirikan untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan, baik level local maupun nasional.
4. Dukungan public luas adalah cara untuk mendapatkan kekuasaan. Partai politik perlu mendapatkan dukungan luas dari masyarakat. Dukungan inilah yang menjadi sumber legitimasi untuk berkuasa. Karakteristik ini menunjukkan bahwa partai politik harus mampu diterima oleh mayoritas masyarakat dan sanggup memobilisasi sebanyak mungkin elemen masyarakat. Semakin besar dukungan public yang di dapatkan oleh suatu partai politik, semakin besar juga legitimasi yang diperolehnya.

Kecenderungan partai politik kurang mendapat simpati dari masyarakat karena kehadirannya ditengah-tengah masyarakat dalam rangka merealisasikan berbagai programnya. Bila program-programnya, idiologi, visi dan misionya tidak di pahami oleh masyarakat, maka persepsi public terhadap partai politik tersebut menjadi negative. Hal ini akan berpengaruh terhadap perolehan suaranya ketika pemilihan umum. Dalam kaitan itu maka pelaksanaan peran dan fungsi partai politik menjadi penting dalam konteks memperoleh dukungan public.

Terkait dengan itu maka fungsi partai politik menurut Meriam Budiardjo, adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi Politik

Dalam ilmu politik sosialisasi politik di artikan sebagai suatu proses yang melluainya seseorang mmeperoleh sikap dan orientasi terhadap fenomena apolitik, yang umumnya berlaku dlam masyarakat di mana ia berada. Ia adalah bagian dari proses yang menentukan sikap politik seseorang , misalnya mengenai nasionalisme, kelas sosial, suku bangsa, idiologi, hak dan kewajiban. Demensi lain dari sosialisasi politik adalah sebagai proses yang melluainya masyarakat menyampaikan "budaya politik" yaitu norma-norma dan nilai-nilai, dari suatu generasi ke generasi berikutnya. Dengan demikian sosilisasi merupakan faktor penting dalam terbentuknya budaya politik (political culture) suatu bangsa.

Proses sosilisasi berjalan seumur hidup, terutama dalam masa kanak-kanak. Ia berkembang mellalui keluarga, sekolah, per group, tempat kerja,

pengalaman sebagai orang dewasa, organisasi keagamaan, dan partai politik. Pelaksanaan fungsi sosialisasi dilakukan dengan berbagai cara yaitu media massa, ceramah-ceramah, penerangan, kursus kader, penataran dan sebagainya. Sisi lain dari sosialisasi politik partai adalah upaya menciptakan citra (image) bahwa ia memperjuangkan kepentingan umum. Ini penting jika dikaitkan dengan tujuan partai untuk menguasai pemerintahan melalui kemenangan dalam pemilihan umum. Karena itu partai harus memperoleh dukungan seluas mungkin, dan partai berkepentingan agar para pendukungnya mempunyai solidaritas yang kuat dengan partainya.

Adalah fungsi yang dimiliki oleh partai politik untuk mendorong masyarakat agar ikut aktif dalam kegiatan politik. Biasanya dilakukan melalui indoktrinasi ideologi, platform, asas partai kepada anggota, masyarakat yang ada dalam jangkauan partainya.

2. Komunikasi Politik

Di masyarakat moderen yang luas dan kompleks, banyak ragam pendapat dan aspirasi yang berkembang. Pendapat atau aspirasi seseorang atau suatu kelompok akan hilang tak terbekas apabila tidak tertampung dan digabung dengan pendapat dan aspirasi orang lain yang senada. Proses ini dinamakan penggabungan kepentingan (interest aggregation). Sesudah digabungkan, pendapat dan aspirasi tadi diolah dan dirumuskan dalam bentuk yang lebih tertata. Proses ini dinamakan perumusan kepentingan (interest articulation). Seandainya tidak ada yang mengagregasi dan mengartikulasi, niscaya pendapat atau aspirasi tersebut akan simpang siur dan saling berbenturan, sedangkan dengan agregasi dan artikulasi kepentingan kesimpangsiuran dan benturan dikurangi.

Setelah itu partai politik merumuskannya menjadi usul kebijakan. Usul kebijakan ini dimasukkan ke dalam program atau platform partai (goal formulation) untuk diperjuangkan atau disampaikan melalui parlemen kepada pemerintah agar dijadikan kebijakan umum (public policy). Di sisi lain, partai politik juga berfungsi memperbincangkan dan menyebarluaskan rencana-rencana dan kebijakan – kebijakan pemerintah. Dengan demikian terjadi arus informasi dan dialog dua arah, dari atas kebawah dan dari bawah ke atas. Dalam konteks itu partai politik memainkan peran sebagai penghubung antara yang memerintah dan yang diperintah.

3. Sebagai Sarana Rekrutmen Politik

Fungsi ini berkaitan erat dengan masalah seleksi kepemimpinan, baik kepemimpinan internal partai maupun kepentingan nasional yang lebih luas. Untuk kepentingan internalnya, setiap partai butuh kader-kader yang berkualitas,

karena hanya dengan kader yang demikian ia dapat menjadi partai yang mempunyai kesempatan lebih besar untuk mengembangkan diri. Dengan mempunyai kader-kader yang baik, partai tidak akan sulit menentukan pemimpinnya sendiri dan mempunyai peluang untuk mengajukan calon untuk masuk ke bursa kepemimpinan nasional.

Selain itu partai politik juga berkepentingan memperluas atau memperbanyak keanggotaan. Maka ia pun berusaha menarik sebanyak-banyaknya orang-orang untuk menjadi anggotanya. Dengan didirikannya organisasi-organisasi massa (sebagai *onderbouw*) yang melibatkan golongan-golongan buruh, petani, pemuda, mahasiswa, wanita dan sebagainya, kesempatan untuk berpartisipasi diperluas. Rekrutmen politik menjamin kontinuitas dan kelestarian partai, sekaligus merupakan salah satu cara untuk menjaring dan melatih calon-calon pemimpin. Ada berbagai cara untuk melakukan rekrutmen politik, yaitu melalui kontak pribadi, persuasi, ataupun cara-cara lain.

4. Sebagai Sarana Pengatur Konflik (Conflict Management)

Potensi konflik selalu ada dalam kehidupan bermasyarakat, apalagi di masyarakat yang bersifat heterogen, apakah dari segi etnis, (suku, bangsa), sosial ekonomi, atau pun agama. Setiap perbedaan tersebut menyimpan potensi konflik. Apabila keanekaragaman itu terjadi di negara yang menganut paham demokrasi persaingan dan perbedaan pendapat di anggap hal yang wajar dan mendapat tempat. Akan tetapi di negara yang homogen sifatnya, potensi pertentangan lebih besar dan dengan mudah mengundang konflik. Pada konteks ini partai diperlukan untuk membantu mengatasinya, sekurang-kurangnya dapat diatur sedemikian rupa sehingga akibat negatifnya dapat ditekan seminimal mungkin. Elit partai dapat menumbuhkan pengertian di antara mereka dan bersamaan dengan itu juga meyakinkan pendukungnya.

Menurut Yves dan Andrew dalam Jimly (2005:59) fungsi partai politik itu mencakup mobilisasi dan integrasi, sarana pembentukan pengaruh terhadap perilaku pemilih (*voting patterns*), sarana rekrutmen politik dan sarana elaborasi pilihan-pilihan kebijaksanaan. Selain peranan partai politik sebagai salah satu pilar pembangunan demokrasi, menurut Jimly (2005:63) organisasi dapat dikatakan juga mengandung beberapa kelemahan. Di antaranya ialah bahwa organisasi partai cenderung bersifat oligarkis.

Partai politik kadang-kadang bertindak lantang untuk atas nama kepentingan rakyat, tetapi dalam kenyataannya di lapangan justru berjuang untuk kepentingan pengurusnya sendiri. Oleh karena itu untuk mengatasi potensi buruk partai politik seperti dekemukakan di atas, diperlukan beberapa mekanisme penunjang, pertama, mekanisme internal yang menjamin demokratisasi melalui partisipasi anggota partai itu sendiri dalam proses

pengambilan keputusan. Kedua, mekanisme keterbukaan partai melalui mana warga masyarakat diluar partai dapat dikutsertakan berpartisipasi dalam penentuan kebijakan yang hendak diperjuangkan melalui partai politik.

2. Pemilihan Umum

Pemilihan umum menurut Samego, dalam Rahman (2007:147) disebut juga dengan "political market" atau pasar politik adalah tempat individu atau masyarakat berinteraksi melakukan kontrak social (perjanjian masyarakat) antara peserta pemilihan umum (partai politik), dengan pemilih (rakyat) yang memiliki hak pilih, setelah lebih dahulu melakukan serangkaian aktivitas politik yang meliputi kampanye propaganda, iklan politik melalui media massa cetak, audio (radio) maupun audio visual (televise), serta media lainnya seperti spanduk, pamphlet, selebaran, bahkan komunikasi antar pribadi yang berbentuk face to face (tata muka) loby yang berisis penyampaian pesan penegnai program, platform, asas, ideologi, serta janji-janji politik lainnya guna meyakinkan pemilih sehingga pada pencoblosan dapat menentukan pilihannya terhadap salah satu partai politik yang menjadi peserta pemilihan umum untuk mewakilinya dalam badan legeslatif maupun eksekutif.

Dalam perkembangan teori dan praktek politik modern, kontrak social kemudian diterjemahkan dalam berbagai bentuk dalam pemilihan umum. Sehingga pada dasarnya pemilihan umum adalah sebuah kontrak social antara pemilih dan kandidat tentang berbagai hal yang akan di amankan oleh pemilih pada para kandidat bila mereka terpilih. Para kandidat terpilih ini kemudian mengelola sebuah struktur kekuasaan tertentu serta memproduksi berbagai keputusan-keputusan politik. Dan akan berimbas secara langsung pada masyarakat pemilih, baik berupa imbas positif maupun negative (Hobbes, dalam Asfar, 2005:27).

Pemilihan umum menurut Sutoru Eko (2006:10-11) akan lebih bermakna bila ditopang oleh system kepartaian pluralis yang menghasilkan pertarungan politik yang menghailan pertarungan politik yang kompetitif, terbuka dan adil. Pemilihan umum yang demokratis (kompetitif, liberal, dan partisipatif) membutuhkan partisipasi pemilih yang rasional-otonom, yaitu pemilih yang menggunakan hak pilihnya secara bebas, terbuka dan mandiri dengan menggunakan preferensi secara rasional berdasarkan ideologi dan program partai. Dengan kata lain individu memilih partai bukan karena kehendak orang lain (mobilisasi, paksaan, ancaman), melainkan kehendak sendiri.

Terkait dengan kampanye, menurut Firmansyah (2007:268) kampanye politik selama ini hanya dilihat sebagai suatu proses interaksi intensif dari partai politik kepada public dalam kurun waktu menjelang pemilihan umum. Dalam definisi ini kampanye politik adalah priode yang di berikan oleh panetia pemilu kepada suatu konstestan, baik partai politik atau perorangan, untuk memapakan program-program kerja dan mempengaruhi opini public sekaligus

memobilisasi masyarakat agar memberikan suar kepada mereka sewaktu pencoblosan.

Prilaku pemilih dikategorikan dalam dua kubu yakni mazhab Colombia dan Michigan. Pertama, mazhab Colombia lebih menekankan pada faktor sosiologis dalam membentuk perilaku masyarakat dalam memilih. Sedangkan kedua lebih menekankan pada faktor psikologis dari pemilih (Suwondo, 1997:5) dalam Irtanto (2008:171-172). Model sosiologis melihat bahwa masyarakat sebagai suatu kesatuan kelompok yang bersifat fertikal dari tingkat yang terbawah hingga teratas. Kelompok-kelompok yang berbeda tersebut membentuk persepsi, sikap, keyakinan, dan sikap politik dari masing-masing individu. Sedangkan model psikologis masyarakat dalam menentukan pilihannya dalam suatu proses pemilihan umum lebih banyak dipengaruhi oleh kekuatan psikologis yang berkembang di dalam dirinya, yang semuanya itu merupakan akibat dari hasil proses sosialisasi politik.

C. Pembahasan

Kehadiran partai politik di tengah-tengah masyarakat bertujuan untuk memperoleh dukungan politik pada pemilihan umum sehingga dapat menempatkan orang-orangnya pada lembaga legislatif baik nasional maupun lokal (DPRD Propinsi dan Kabupaten/Kota). Oleh karena itu untuk memperoleh dukungan suara yang signifikan dari masyarakat maka partai politik menggunakan berbagai strategi atau metode yang efektif. Hal ini juga dilakukan oleh Partai Nasional Demokrat dalam menghadapi pemilu tahun 2014 di kota Ambon.

Kecenderungan kehadiran partai Nasional Demokrat dengan menggunakan ideologi nasionalis tentunya menjadi sebuah kekuatan politik baru di parlemen yang diharapkan dapat memperjuangkan berbagai aspirasi dan kepentingan masyarakat. Dalam rangka itu maka strategi positioning politik menjadi relevan menjelang pemilu 2014. Positioning politik merupakan menanamkan citra atau image positif yang dilakukan oleh partai Nasdem kepada masyarakat yang memiliki hak suara dalam pemilu. Dalam rangka membangun politik pencitraan melalui pengemasan isu kampanye, perumusan program kerja partai atau dalam penyampaian fisi dan misis partai, kepemimpinan partai, serta peranan elit partai.

1. Isu politik yang sesuai dengan aspirasi dan kepentingan masyarakat

Isu politik merupakan permasalahan yang menjadi perhatian publik tentunya yang berkaitan dengan aspirasi dan kepentingan publik dan dapat diperjuangkan pada lembaga-lembaga politik yang memiliki kewenangan dalam menyelesaikannya sesuai dengan kehendak masyarakat. Dalam kaitannya dengan isu politik maka dapat dilihat tanggapan responden terkait dengan indikator tersebut pada tabel di bawah ini.

Dengan melihat tanggapan responden atas berbagai pertanyaan yang disampaikan terlihat bahwa terdapat keragaman atau perbedaan atas jawaban yang di berikan. Pada pertanyaan pertama yaitu mengenai perumusan atau pengemasan isu politik sesuai dengan aspirasi dan kepentingan masyarakat menunjukkan bahwa 13 responden atau 65 % mengatakan sesuai, 5 orang responden atau 25 % mengatakan kurang sesuai, dan 2 responden atau 10 % mengatakan tidak sesuai dengan kepentingan masyarakat.

Sedangkan terkait dengan pertanyaan kedua mengenai pemahaman masyarakat terhadap isu kampanye terlihat adanya distribusi jawaban yang berbeda yaitu 13 responden atau 65% mengatakan respon baik, dan 5 responden atau 25 % mengatakan kurang baik serta 2 responden atau 10 % mengatakan tidak mendapat respon dari masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan masyarakat dalam memahami dan tertarik dengan isu-isu kampanye secara baik .

Mengenai pertanyaan ketiga yang berkaitan dengan masalah pendidikan, kesehatan, infrastruktur, transportasi, ekonomi kerakyatan, dan persoalan kesejahteraan dll, menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap hal ini juga bervariasi namun sebagian besar yaitu 12 orang 60% mengatakan isu politik yang disampaikan dapat berkaitan berbagai persoalan atau problem masyarakat. 6 orang responden 30 % mengatakan kadang-kadang, dan 2 responden atau 10% mengatakan tidak relevan dengan berbagai persoalan atau problem masyarakat. Untuk jawaban responden terkait dengan pengaruh isu kampanye terhadap sikap politik masyarakat sehingga memilih partai Nasdem pada pemilu 2014 terlihat bahwa 12 responden atau 60 % menyatakan dapat berpengaruh, 6 responden atau 30 % menyatakan kurang berpengaruh, dan 2 responden atau 10 responden menyatakan tidak mempengaruhi sikap politik masyarakat. Dari keseluruhan jawaban terhadap indikator ini dapat di katakan bahwa mayoritas responden berpendapat bahwa isu-isu politik yang dirumuskan dan disampaikan sesuai dengan karakteristik, aspirasi dan kepentingan masyarakat.

2. Sosialisasi program dan ideologi partai Nasdem secara efektif

Setiap partai politik tentunya memiliki sejumlah program yang telah dirumuskan dan diimplementasikan kepada masyarakat agar dapat memahami secara baik tentang berbagai produk yang di tawarkan oleh suatu organisasi partai politik. Apabila produk atau program kerja diimplementasikan secara efektif maka dapat dipastikan masyarakat akan memberikan dukungan suara kepada partai tersebut di pemilihan umum, atau sebaliknya . Oleh karena itu pemahaman yang baik terhadap sebuah program partai menjadi penting bagi masyarakat. Dalam konteks itulah kader partai politik dalam mensosialisasikan berbagai produknya atau program kerjanya, serta ideologinya mestilah secara efektif dilakukan kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai cara atau

metode baik secara tradisional maupun secara modern dengan menggunakan media public yang ada. Untuk mengetahui hal ini maka dapat dilihat pada table 2. di bawah ini.

Dengan melihat pada table di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pertanyaan mengenai sosialisasi program dan ideologi yang dilakukan oleh partai Nasdem menunjukan bahwa sejumlah responden yaitu 12 orang responden atau 60% mengatakan efektif, 6 orang responden atau 30% mengatakan kurang efektif, dan 2 orang responden atau 10% mengatakan tidak efektif.

Sedangkan mengenai pertanyaan keterlibatan struktur jaringan organisasi partai Nasdem sejumlah responden yaitu 15 orang atau 75% mengatakan adanya keterlibatan struktur jaringan organisasi, 4 orang atau 20% mengatakan kurang melibatkan, dan 1 orang atau 5% mengatakan tidak adanya keterlibatan struktur jaringan organisasi dalam sosialisasi program kerja atau visi dan misi dari partai Nasdem. Pada pertanyaan yang berkaitan dengan sosialisasi program kerja, sejumlah responden yaitu 15 orang atau 75% mengatakan menggunakan media public baik cetak maupun elektronik, 4 orang responden atau 20% mengatakan kurang melibatkan media publik, dan 1 orang responden atau 5% mengatakan tidak melibatkan media public.

Terkait dengan pertanyaan sosialisasi program kerja dan ideologi partai Nasdem menurut sejumlah responden yaitu 12 orang atau 60% mengatakan dapat mempengaruhi persepsi dan sikap politik masyarakat dalam memilih calon anggota legislatif, 6 orang atau 30% mengatakan kurang mempengaruhi, dan 2 orang atau 10% mengatakan tidak mempengaruhi.

Dengan melihat berbagai jawaban responden terkait dengan indikator di atas maka dapat dikatakan bahwa mayoritas responden mengatakan bahwa sosialisasi program kerja dan ideologi partai Nasdem dilakukan secara efektif dalam pemilihan umum tahun 2014 sehingga mempengaruhi sikap politik masyarakat dalam memilih calon anggota legislatif dari partai Nasdem.

3. Politik pencitraan dikalangan elit partai Nasdem

Proses pencitraan atau membangun image positif merupakan hal yang penting bagi para elit politik baik nasional maupun lokal. Hal ini dimaksudkan agar persepsi public terhadap dirinya selalu baik sehingga memrikan dukungan politik kepadanya. Para elit politik dewasa ini baik di birokrasi maupun di parlemen selalau berupaya untuk membangun pencitraan terutama dalam menghadapi system pemilihan langsung baik terkait dengan pemilihan kepala daerah maupun anggota legislatif, dan juga untuk menduduki jabatan-jabatan strategis lainnya di birokrasi. Politik pencitraan di kalangan elit-elit terutama di tingkat local ini terutama terkait dengan perilaku elit, keputusan-keputusan yang di buatnya, serta kehadirannya ditengah-tengah masyarakat dalam memperjuangkan kepentingan masyarakat maupun penyelesaian berbagai permasalahan yang ada. Dalam

kaitan itu maka kehadiran elit politik dari partai Nasdem juga melakukan hal yang sama bagaimana membangun politik pencitraan dengan baik agar mendapat dukungan public yang signifikan.

3. Politik pencitraan dikalangan elit partai Nasdem

Proses pencitraan atau membangun image positif merupakan hal yang penting bagi para elit politik baik nasional maupun local. Hal ini dimaksudkan agar persepsi public terhadap dirinya selalu baik sehingga memrikan dukungan politik kepadanya. Para elit politik dewasa ini baik di birokrasi maupun di parlemen selalau berupaya untuk membangun pencitraan terutama dalam menghadapi system pemilihan langsung baik terkait dengan pemilihan kepala daerah maupun anggota legeslatif, dan juga untuk menduduki jabatan-jabatan strategis lainnya di birokrasi. Politik pencitraan di kalangan elit-elit terutama di tingkat local ini terutama terkait dengan perilaku elit, keputusan-keputusan yang di buatnya, serta kehadirannya ditengah-tengah masyarakat dalam memperjuangkan kepenetangan masyarakat maupun penyelesaian berbagai permasalahan yang ada. Dalam kaitan itu maka kehadiran elit politik dari partai Nasdem juga melakukan hal yang sama bagaimana membangun politik pencitraan dengan baik agar mendapat dukungan public yang signifikan. Untuk mengetahui hal ini maka dapat di lihat pada table 3 di bawah ini.

Presepsi dan dukungan politik masyarakat terhadap Partai Nasdem

Presepsi merupakan penelain masyarakat terhadap kehadiran partai Nasdem dalam pemilihan umum tahun 2014. Sedangkan sikap politik masyarakat merupakan dukungan suara yang diberikan terhadap partai Nasdem tentunya dipengaruhi oleh berbagai factor. Pada umumnya dukungan politik kepada suatu partai karena kinerjanya baik artinya berbagai fungsi dan peran partai politik dapat dilaksanakan dengan baik, bukan hanya pada saat menjelang pemilihan umum baru dilakukan sosialisasi programnya tetapi setelah proses pembentukan menjadi sebuah organisasi partai politik maka posisinya sebagai sarana penghubung antara rakyat dengan pemerintah maupun sebaliknya. Hal ini dapat terlihat pada pelaksanaan peran dan fungsinya secara efektif sehingga mendapat penilaian yang baik dari public dan memberikan dukungan suara kepada partai tersebut. Masyarakat cenderung memberikan dukungan suara kepada suatu partai politik karena masyarakat memahami idologinya, program kerjanya, dan komitmen elit-elitnya dalam memperjuangkan kepentingan public. Dalam kaitan itu maka dukungan masyarakat terhadap partai Nasdem juga di pengaruhi oleh berbagai hal seperti dikemukakan di atas. Oleh karena itu untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat pada table dibawah ini.

Dengan melihat pada table di atas maka terkait kehadiran partai Nasdem sebagai pendatang baru dalam pemilu 2014 dan belum terlibat dalam tindakan-tindakan korupsi serta memiliki komitmen yang kuat dalam memperjuangkan aspirasi dan kepentingan masyarakat sejumlah responden yaitu 12 orang atau

60% mengatakan berkomitmen, 5 orang atau 25 % mengatakan kurang memiliki komitmen, dan 3 orang atau 15% mengatakan tidak memiliki komitmen.

Sedangkan pada pertanyaan yang terkait dengan kepercayaan dan dukungan politik masyarakat kepada partai Nasdem dalam pemilu 2014 karena akan melakukan restorasi atau perubahan dalam berbagai aspek kehidupan baik dalam konteks politik, ekonomi, hukum, dan sosial budaya, sejumlah responden yaitu 10 orang atau 50% mengatakan ya, 7 orang atau 35% mengatakan kadang-kadang, dan 3 orang atau 15% mengatakan tidak.

Pada pertanyaan yang berkaitan dengan kemampuan dalam mengorganisir berbagai kekuatan sosial dan elemen dalam masyarakat, mengakomodir berbagai elit untuk mencalonkan diri sebagai anggota legislatif sejumlah responden yaitu 15 orang atau 75% mengatakan ya, 4 orang atau 20% mengatakan kadang-kadang, dan 1 orang atau 5% mengatakan tidak.

Terkait dengan pertanyaan strategi rekrutmen calon anggota legislatif dengan mengutamakan orang-orang yang berpengaruh dan memiliki basis masa dan belum pernah terlibat dalam tindakan-tindakan negative dalam implementasi pembangunan, sejumlah responden yaitu 10 orang 50% mengatakan ya, 7 orang atau 35% mengatakan kadang-kadang, dan 3 orang atau 15% mengatakan tidak.

Dengan melihat berbagai pendapat yang dikemukakan di atas maka mayoritas responden berpendapat bahwa persepsi atau penilaian masyarakat dan dukungan politik yang diberikan kepada partai Nasdem pada pemilihan umum tahun 2014 karena memiliki komitmen yang kuat dalam memperjuangkan aspirasi dan kepentingan masyarakat, akan melakukan restorasi atau perubahan di berbagai aspek kehidupan, memberikan kesempatan kepada orang – orang yang memiliki basis sosial dan pengaruh di masyarakat serta belum pernah terlibat dalam proyek pembangunan sehingga masih terhindar dari tindakan-tindakan penyelewengan.

D. Kesimpulan

Dengan melihat pada analisis data yang di kemukakan di atas maka dapat disimpulkan bahwa :Strategi positioning politik yang digunakan oleh partai Nasdem dalam menghadapi pemilihan umum tahun 2014 di kota Ambon berpengaruh secara signifikan terhadap perolehan suara partai sehingga memperoleh 3 kursi pada DPRD kota Ambon. Realitas politik ini terlihat pada mayoritas responden berpendapat bahwa :

Pertama, partai Nasdem dalam merumuskan isu-isu politik politik sesuai dengan karakteristik, aspirasi dan kepentingan masyarakat sehingga dapat mempengaruhi sikap politik masyarakat dalam menentukan pilihan politiknya. Sedangkan sebagian kecil responden mengatakan isu-isu politik yang di sampaikan pada saat kampanye politik belumlah sesuai dengan karakteristik dan aspirasi masyarakat.

Kedua, keberhasilan partai Nsdem dalam mensosialisasikan program kerja dan ideologi partai secara efektif dengan menggunakan media public menyebabkan masyarakat dapat memahami berbagai program yang akan dilaksanakan. Namun sebagian kecil responden mengatakan sosialisasi program dan ideologi belum efektif dilakukan oleh partai Nasdem.

Ketiga keberhasilan elit partai dalam membangun politik pencitraan dapat mempengaruhi persepsi positif masyarakat sehingga masyarakat lebih memilih para calon anggota legislatif dari partai Nasdem. Namun sebagian responden mengatakan politik pencitraan yang dilakukan oleh elit politik Nasdem tidak berpengaruh terhadap sikap politik dalam menentukan pilihan politik dalam pemilu 2014.

Keempat persepsi masyarakat terhadap partai Nasdem merupakan partai yang memiliki komitmen dalam memperjuangkan kepentingan dan aspirasi masyarakat dan dapat menyelesaikan berbagai persoalan bangsa menyebabkan meningkatnya dukungan politik masyarakat kepada partai Nasdem pada pemilu 2014. Masih adanya persepsi dari masyarakat terkait dengan belum adanya komitmen partai Nasdem dalam memperjuangkan kepentingan dan aspirasi masyarakat.

Daftar Pustaka

- Firmansyah, *Mengelola Partai Politik, Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 2008.
- Jimly Asshiddiqie, *Kemerdekaan Berserikat Pembubaran Partai Politik, Dan Mahkamah Konstitusi*, Konstitusi Pres Jakarta, 2005.
- Litbang Kompas, *Partai Politik di Indonesia, Ideologi dan Program 2004-2009*, Penerbit Buku Kompas Jakarta, 2005.
- Meriam Budiardjo, *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Gramedia Pustaka, Jakarta 2010.
- Irianto, *Dinamika Politik Lokal, Era Otonomi Daerah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2008.
- Rahman H.I. *Sistem Politik Indonesia*, Graha Ilmu, Jogjakarta, 2007.
- Nogi Tangkilisan, *Manajemen Publik*, Penerbit Gramedia Widayarsana Indonesia, Jakarta, 2005
- Pradjarta Dirdjosanjata & Nico L. Kana, *Penerbit Pustaka Pelajar 2006* Yogyakarta.