



## Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Calon Anggota Legislatif H. Nazaruddin Dek Gampada Pileg 2019 Dapil Aceh I

Gita Isna Yunita

Universitas Paramadina, Kota Administrasi Jakarta Selatan DKI Jakarta, Indonesia

E-mail: [gitaaisna@gmail.com](mailto:gitaaisna@gmail.com)

| Article Info   | Abstract   |
|--|--|
| <b>Article History</b><br>Received: 2023-05-22<br>Revised: 2023-06-15<br>Published: 2023-07-07<br><br><b>Keywords:</b><br><i>Communication Strategy;<br/>Winning Politics;<br/>Legislative Member.</i>     | <p>The purpose of this study is to provide a description of H. Nazarudin Dek gam's winning strategy in the 2019 Pileg. This research uses Qualitative Methods, which is research that observes and understands a phenomenon (both activities, actions, decisions, beliefs, values, etc.) and then interprets the social reality that exists in the phenomenon (Ritchie &amp; Lewis, 2003). And in this research, the phenomenon that became the focus of research was the Political Communication Strategy of H. Nazarudin or Deg Gam, a representative of the National Mandate Party in the 2019 Legislative Election who managed to get the most votes in the Aceh I electorate. From the election period the PAN Party's vote was not so consistent, although in every election, the PAN party always managed to get seats for its candidates. Like the election in 2019 the PAN party won 44 seats and obtained the 8th vote out of 16 parties that participated in the 2019 election, with a presentation of 6.84% of the total number of votes, the first seat was won by the PAN party with 234,346 votes, namely with the name of candidate Nazaruddin, or his nickname Dek Gam with the highest number of votes of 93,353 votes Political communication strategy plays a pending role in realizing the political strategy itself in achieving its goals. As done by H. Nazaruddin Dek Gam, and his winning team in the 2019 Pileg. The use of Persiraja Football Club, then the preparation of strategies, from postioning, branding, target segmentation to media strategies, is carried out by analyzing and identifying the condition of the community, so as to produce strategies that can be well received and welcomed positively by the community, thus providing absolute victory, with the most votes in Dapil 1 Aceh.</p>  |
| Artikel Info   | Abstrak  |
| <b>Sejarah Artikel</b><br>Diterima: 2023-05-22<br>Direvisi: 2023-06-15<br>Dipublikasi: 2023-07-07<br><br><b>Kata kunci:</b><br><i>Strategi Komunikasi;<br/>Politik Pemenangan;<br/>Anggota Legislatif.</i> | <p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan deskripsi staretegi kemenangan H. Nazarudin Dek gam di Pileg 2019. Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif, yaitu penelitian yang mengamati dan memahami suatu fenomena (baik aktivitas, tindakan, keputusan, kepercayaan, nilai, dll) dan kemudian menafsirkan realitas sosial yang ada dalam fenomena tersebut (Ritchie &amp; Lewis, 2003). Dan dalam penelitan ini fenomena yang menjadi fokus penelitan adalah Strategi Komunikasi Politik H. Nazarudin atau Deg Gam perwakilan dari Partai Amanat Nasional dalam Pileg 2019 yang berhasil memperoleh suara terbanyak di dapil Aceh I, dari masa kemasa pemilu perolehan suara Partai PAN tidak begitu Konsisten, kendati demikian pada setiap pemilu, partai PAN selalu berhasil mendapatkan Kursi untuk para kandidatnya. Seperti pemmilihan pada tahun 2019 partai PAN mendapatkan 44 kursi serta perolehan suara ke 8 dari 16 partai yang berpatisipasi pada pemilu ditahun 2019 tersebut, dengan presentasi 6,84% dari kessleruhan jumlah suara, Kursi pertama diraih oleh partai PAN dengan perolehan suara 234.346 suara, yakni dengan nama kandidat Nazaruddin, atau sapaan akrabnya Dek Gam dengan perolehan suara tertinggi sebesar 93.353 suara. strategi komunikasi politik sangat berperan pending dalam mewujudkan strategi politik itu sendiri dalam mencapai tujuannya. Seperti yang dilakukan oleh H. Nazaruddin Dek Gam, Beserta Tim pemenanganya dala Pileg 2019. Pemanfaatan Klub Sepakbola persiraja, kemudian Penyusunan strategi, dari postioning, branding, segmentasi target hingga Strategi media, di lakukan dengan analisa serta mengidentifikasi keadaan masyarakatnya, sehingga menghasilkan strategi yang dapat di terima dengan baik dan di sambut positif ooleh masyarakat, sehingga memberikan kemenanngan yang mutlak, dengan perolehan suara terbanyak di Dapil 1 Aceh.</p> |

### I. PENDAHULUAN

Memahami kehidupan manusia yang merupakan mahluk sosial yang membutuhkan aktivitas

sebagai bentuk untuk membangun nilai-nilai kemanusiaan dapat dilihat pada proses interaksi atau komunikasi manusia itu sendiri. Setiap level

komunikasi dapat menciptakan proses dan interaksi yang menyejahterahkan atau menyengsarakan manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat memahami lingkungan sekaligus belajar beradaptasi dengan situasi yang dihadapinya (Umaimah Wahid 2016:1). Pada kehidupan bermasyarakat dalam suatu negara, selain interaksi sosial maka manusia juga akan menemukan atau melakukan interaksi politik. Sebab salah satu faktor penting dalam suatu negara terutama yang menganut sistem demokrasi adalah terselenggaranya pemilihan umum (pemilu), dan dalam prosesnya Pemilu menjadi sebuah metode dimana setiap warga negara memiliki hak untuk menjadi partisipan politik dalam memilih pejabat pemerintahan (Sulaeman, 2017). Karena politik secara umum diartikan sebagai sebuah fase membangun dan membentuk posisi kekuasaan di dalam khalayak atau lingkungan masyarakat yang memiliki kegunaan sebagai upaya untuk pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kondisi masyarakat.

Rush dan Althoff (1997) mengartikan komunikasi politik sebagai proses dimana informasi politik yang relevan ditransfer dari satu bagian sistem politik ke bagian lain dan antara sistem sosial dan sistem politik. Dalam komunikasi politik sebuah pesan akan dapat menjadi sebuah pengaruh yang besar apabila disampaikan secara tepat. Untuk menyapaikan pesan yang tepat dibutuhkan sebuah strategi. Perencanaan strategi komunikasi politik itu penting, tidak hanya untuk dapat mengetahui kemana arah komunikasi politik, tetapi juga untuk mendapatkan dukungan politik dari masyarakat.

Pada Tahun 2019 lalu berlangsung pesta besar demokrasi, yaitu pemilihan legislatif diseluruh Indonesia. Pada masa ini para politikus dan partai-partai akan bersaing dalam merebut kekuasaan di tataran pemerintahan, dan partai PAN sebagai salah satu partai yang berdiri pasca masa reformasi juga ikut andil dalam pemilihan ini. Sebagai salah satu partai yang dapat terbilang cukup tua PAN memiliki sejarah yang menajutkan di Aceh, hal ini juga dilihat dari historis pergerakan partai ini dalam pemilihan tahun 1999, dimana pada tahun tersebut diadakan untuk pertamakalinya pemilihan umum di zaman reformasi, dimana Partai ini menepati 10 kursi DPRK di Aceh, dan hingga kini belum ada partai yang dapat menyamai pencapaiannya ini di Aceh. Dari hal tersebut dapat diketahui bersama bahwa kehadiran Partai PAN di Aceh pada masa itu disambut antusias oleh warga

Aceh dimana saat itu PAN memperoleh 52% suara Rakyat Aceh.

Perjalanan partai PAN di Aceh memang tidak begitu konsisten dalam peraihan masa, namun Partai ini dalam pilkada Banda Aceh senantiasa menjadikan kadernya sebagai kondestan, baik Walikota maupun Wakil Walikota. PAN yang pada dasarnya Menjadikan Agama sebagai landasan azasnya dalam berpolitik. Etika dan Moral berlandaskan Agama ini yang menjadikan salah satu faktor PAN memiliki daya tarik tersendiri di Banda Aceh yang dikenal Sebagai kota Serambi Mekah, yang tentunya menjunjung tinggi nilai spritualis dan agama. Selain dari pada sejarah Partai PAN Di Aceh, Partai ini dalam menghadapi konstestasi pemilu tahun 2019, menerapkan berbagai stragegi untuk memenangkan pemilihan. Taktik/ Strategi Yang Digunakan Dalam Pemilihan Ini Salah Satunya Strategi Komunikasi Dengan Membagikan Informasi Pada Kanal Media Masa Yang Dimiliki Partai, Seperti media twitter dimana partai ini 80% mengusung pemberitaan terkait gender dan keterkaitanya. Selain itu PAN juga mengusung pemberitaan Agama, dan Pan Memperoleh dukungan dari PA (Persaudaraan Alunmi 212) dan GNPF-Ulama atau Gerakan Nasional Pengawal Fatwa Ulama. Dan pada pelaksanaa pileg tersebut terjaring 7 kandidat dari Partai Amanat Nasional (PAN) yang bertarung dalam pesta demokrasi pemilihan calon anggota legislative dapil Aceh I tahun 2019, salah satu kandidat pada pemilihan tersebut adalah H. Nazaruddin Dek Gam yang memperoleh suara sebanyak 93.353 (sumber KPU Acceh 12/05/2019 yang menghantarkannya menjadi anggota legislatif Aceh I dari partai amanat Nasional (PAN).

Pencapaian Suara yang di peroleh Dek Gam menjadi menarik, yang membuatnya kemudian menarik ialah karena Dek Gam merupakan kandidat baru yang mengalahkan pesainya yang merupakan pertahan. Oleh karena hal ini peneliti semakin tertarik untuk mengungkap lebih dalam strategi yang digunakan oleh H. Nazaruddin dalam pemenang pileg 2019 lalu. Dari pertimbangan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang; ***“Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Calon Anggota Legislatif H. Nazaruddin Dek Gam pada Pileg 2019 Dapil Aceh I”***.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif, yaitu penelitian yang mengamati dan memahami suatu fenomena (baik aktivitas, tindakan,

keputusan, kepercayaan, nilai, dll) dan kemudian menafsirkan realitas sosial yang ada dalam fenomena tersebut (Ritchie & Lewis, 2003). Dan dalam penelitian ini fenomena yang menjadi fokus penelitian adalah Strategi Komunikasi Politik H. Nazarudin atau Deg Gam perwakilan dari Partai Amanat Nasional dalam Pileg 2019 yang berhasil memperoleh suara terbanyak di dapil Aceh I.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik trigulasi. Trugulasi atau disebut juga teknik gabungan yang artinya peneliti menggunakan Observasi Partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serentak (Sugiyono 2013:252). Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan (Susan Stainback 2008 dalam Hardani dkk 2020:160). Dan kemudian di analisis dengan menggunakan model Miles dan huberman. Analisis menurut Miles dan Huberman (1992) dibagi dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Ketiga alur tersebut adalah (1) reduksi data (data reduction); (2) penyajian data (data display); dan (3) penarikan simpulan

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahun 2019 diadakan pesta besar demokrasi, yaitu pemilihan legislatif diseluruh indonesia. Pada masa ini para politikus dan partai-partai akan bersaing dalam merebut kekuasaan di tataran pemerintahan, dan partai PAN sebagai salah satu partai yang berdiri pasca masa reformasi juga ikut andil dalam pemilihan ini. Berikut data perolehan suara hingga no urut perolehan suara dari tahun 1999-2019.

**Tabel 1.** Hasil Perolehan Suara Partai PAN dari Tahun 199-2019

| Tahun Pemilu | Perolehan Suara | Presentase | Jumlah Kursi di DPR | No. Urut Perolehan Suara |
|--------------|-----------------|------------|---------------------|--------------------------|
| 1999         | 7.504.900       | 7,11%      | 34                  | 5                        |
| 2004         | 7.313.305       | 6,44 %     | 53                  | 13                       |
| 2009         | 6.273.462       | 6,03%      | 46                  | 5                        |
| 2014         | 9.459.415       | 7,57%      | 49                  | 6                        |
| 2019         | 9.572.623       | 6,84%      | 44                  | 8                        |

Sumber: BPS, Publikasi Statistik Indonesia Hasil Penghitungan Suara Sah Partai Politik Peserta Pemilu Legislatif Tahun 1955-2019

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari masa kemasa pemilu perolehan suara partai PAN tidak begitu Konsisten, kendati demikian pada setiap pemilu, partai PAN selalu berhasil mendapatkan Kursi untuk para kandidatnya. Seperti pemilihan pada tahun 2019 partai PAN

mendapatkan 44 kursi serta perolehan suara ke 8 dari 16 partai yang berpartisipasi pada pemilu tahun 2019 tersebut, dengan presentasi 6,84% dari keseluruhan jumlah suara. Kemudian dikutip dari Tagar.id berita Aceh terdapat tujuh Anggota DPR RI yang terpilih dari dapil 1 Aceh, dan perolehan suara calon anggota DPR RI asal aceh yang memperoleh Kursi pertama diraih oleh partai PAN dengan perolehan suara 234.346 suara, yakni dengan nama kandidat Nazaruddin, atau sapaan akrabnya Dek Gam dengan perolehan suara tertinggi sebesar 93.353 suara. Perolehan suara tertinggi milik Dek GAM menjadi menarik sebab, Nazaruddin Dek Gam merupakan wajah baru dan berhasil mengalahkan Incumben, Rival dari partainya sendiri yakni Mulim Aiyub dari Aceh Tenggara.

H. Nazzaruddin Dek Gam lahir pada 20 mei 1997 di Leupung Aceh. Indonesia, merupakan politikus Indonesia dari partai PAN (Partai Amanat Nasional). Maju dari dapil 1 Aceh yang meliputi Kota Banda Aceh, Sabang, Aceh Besar, Pide, Pide Jaya, Aceh Jaya, Aceh Barat, Nagan Raya, Simeulue, Abdya, Aceh Selatan, Subulussalam, Singkil, Aceh Tenggara Dan Kabupaten Gayo Lues. Kemenangan pada pemilu 2019 menghantarkan Dek Gam kini menjabat sebagai DPR RI sejak 1 Oktober 2019 duduk di komisi III. Nazaruddin Dek Gam juga pernah menjabat sebagai presiden klub Persiraja Banda Aceh dari 2017-2022. Serta merupakan menantu dari Wakil Wali Kota Banda Aceh, Aminullah Usman.

#### A. Strategi Komunikasi Politik

Kemenangan Nazarudin Dek Gam dalam pemilu 2019, tentu tidak terlepas dari perencanaan yang matang untuk menarik simpati masyarakat dalam memenangkannya. Dan untuk dapat menarik simpatisan tentu dibutuhkan strategi yang tepat, dan strategi yang tepat dapat dijalankan dengan komunikasi politik yang tepat melalui proses kampanye politik. Strategi komunikasi politik merupakan jantung dari proses keberhasilan setiap aktor politik. strategi yang digunakan mempengaruhi hasil yang didapat. Strategi politik Strategi komunikasi politik merupakan panduan dari perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, untuk mencapai tujuan strategi komunikasi politik harus menunjukkan operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berubah sewaktu waktu, bergantung pada situasi dan kondisi.

Perencanaan/strategi komunikasi politik tidak hanya untuk mengetahui kemanaarah dari kegiatan komunikasi politik tetapi juga memenangkan dukungan masyarakat secara politik (Thaibah, 2018:41).

Desi Widarwati (2020) dalam Jurnalnya yang berjudul "Strategi Komunikasi Politik M. Miftah dalam kemenangan Pemilu 2019 di Salahtiga' yang merupakan kandidat dari Fraksi PKB, di dalam jurnalnya, dijelaskan bahwa Strategi Komunikasi Politik memiliki peran penting dalam mewujudkan tujuan suatu organisasi maupun individu. Ketepatan Strategi Komunikasi politik akan membuahkan hasil dengan implikasi yang baik dan benar. Dalam hasil pembahasan jurnalnya yang menerangkan terpilihnya M. Miftah menjadi DPRD kota salatiga pada pileg 2019, Dengan menggunakan analisis SWOT, melakukan beberapa pendekatan, serta rancangan strategi seperti memahami karakteristik masyarakat, menekan kelemahan dan memperlihatkan kelebihan, meminimalis ancaman dan tekanan dari luar, serta menggunakan peluang dengan bagus, M. Miftah mampu membuktikan bahwa strategi komunikasi politik meskipun terlihat sederhana namun ketika implikasi dari strategi tersebut baik dan benar, maka hasilnya tidak akan mengecewakan.

Sejalan dengan pengertian dan juga pemahaman di atas, kemenangan Nazaruddin Dek Gam juga memandang penting Strategi komunikasi dalam melakukan kampanyenya. Dengan pendekatan, serta memahami karakteristik masyarakat Dek Gam dan juga Tim Suksesnya mampu meramu Strategi Komunikasi dengan pendekat yang tepat sehingga menghantarkannya menjadi anggota DPR RI. Salah satu penekatan yang yang digunakan dalam strategi komunikasi politik Nazarudin Dek Gam adalah melalui Club Sepak bola yang dimilikinya.

## **B. Strategi penggunaan Klub Sepak Bola Sebagai sarana Komunikasi Politik.**

Komunikasi politik memiliki berbagai macam bentuk, komunikasi politik dapat berupa komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi, komunikasi massa. Dan komunikasi politik juga dapat mengambil bentuk obrolan di warung kopi, dalam bentuk berita di media masa, dalam bentuk hiburan, olahraga, bahkan budaya yang sedang

populer. Olahraga salah satunya sepak bola yang merupakan olahraga dan sekaligus hiburan yang paling disukai di Indonesia juga dapat menjadi sarana bentuk dari pada komunikasi politik itu sendiri. Hal ini sejalan dengan pemikiran Mulyana yang menjelaskan dalam bukunya, bahwa Olimpiade atau pertandingan sepakbola piala dunia yang masing-masing berlangsung empat tahun sekali dapat menjadi sarana komunikasi politik yang ampuh, baik secara domestik maupun secara internasional. Mulyana (2014:12).

Sebagai presiden klub sepakbola Persiraja Banda Aceh, Dek Gam tentu memiliki salad pendekatan bentuk komunikasi politik yang menjanjikan, olehnya salah satu strategi yang digunakan oleh Dek Gam adalah memanfaatkan Klub Sepakbolahnya sebagai alat pendekatan meraih simpati masyarakat. Hal ini juga sejalan dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Zaza Abizar & Iqbal Ahmady dengan judul penelitiannya "*Pengaruh Politik Dalam Permainan Sepakbola (Study Kasus Kemenangan Nazaruddin Dek Gam Pada Pemilu Legislatif 2019)*". Dalam jurnalnya menjelaskan bagaimana pengaruh Klub persiraja dapat menjadi salah satu Strategi kemenangan di Pileg 2019. Dalam jurnalnya juga mendapati hasil bahwa Strategi pemanfaatan keberadaan Klub Persiraja guna meraih suara pemilih untuk kemenangan Nazaruddin Dek Gam di Kota Banda Aceh sudah mulai terang-terangan pada penghujung tahun 2018, dimana Nazaruddin Dek Gam menggelar Tour de Aceh yang dimana Persiraja melakukan uji coba dengan Klub-Klub amatir yang ada di pada daerah pemilihan Dek Gam. Strategi Dek Gam yang jitu mampu menaikkan pamornya dikalangan masyarakat Kota Banda Aceh, sehingga tanpa membutuhkan waktu yang lama Dek Gam mampu menduduki bangku DPR-RI.

Berangkat dari hasil jurnal Zaza Abizar & Iqbal Ahmady, peneliti mengembangkan pemahaman bahwa strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Nazaruddin Dek Gam menggunakan pola pendekatan melalui media yang dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat, seperti yang kita ketahui sepakbola merupakan olahraga yang paling banyak di sukai oleh sebagian besar penduduk di Indonesia, tidak terkecuali masyarakat di daerah Aceh, terlebih pada Klub yang berasal dari Daerahnya sendiri,

sebab sepakbola selain sebagai olahraga juga sebagai hiburan dan juga menjadi sebuah hobi, yang sering dilakukan, maupun ditonton. Dikenalnya Dek Gam sebagai Presiden Klub Persiraja, tentu telah membangun citra dirinya yang baik di masyarakat, oleh karenanya ketika melakukan kampanye komunikasi politik yang di lakukanya dapat diterima dengan baik atau disambut dengan positif. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Mc Nair (2011:34) yakni ada cara-cara yang memungkinkan sutau pesan politik dapat dikonstruksikan untuk menghasilkan respon yang positif pada khalayak.

### C. Strategi Komunikasi Nazaruddin Deak Gam Dan Temuan Lain

Merumuskan strategi komunikasi perlu memperhitungkan faktor pendukung serta penghambat berasal dari masing masing komponen (Dwityas et al.: 2020). Littlejohn & Foss (2009) menyatakan, strategi komunikasi berfungsi untuk berbagi pesan-pesan komunikatif yang bersifat informatif, persuasif, serta edukatif secara sistematis pada target untuk memperoleh hasil yang optimal. Seperti yang kita pahami pemilu serta masa Kampanye di Indonesia memiliki banyak ragam dan sangat kompleks. Seperti penggunaan isu keagamaan, isu sosial, isu ras dan etnis kerap kali digunakan oleh para komunikator politik untuk memperoleh simpati, belum lagi strategi menjanjikan janji-janji politik setelah kandidatnya nanti terpilih. Ya begitu beragam kondisi pemilu di negeri ini begitupun Strategi yang di gunakan. Strategi Komunikasi politik dalam Kampanye memiliki pengaruh yang sangat menentukan hasil pemilu. Strategi kampanye yang dilakukan para kandidat merupakan langkah-langkah yang bersifat taktis, menurut Pawito (2009: 226-243) ada beberapa Prinsip Pokok yang selaknyanya memperoleh perhatian serius dalam pengembangan Stratego Kampanye yakni dengan adanya *Positioning, Branding, Segmentasi target dan Strategi Media*.

#### 1. Positioning

*Postioning* merupakan persepsi atau kelebihan yang dimiliki sorang kandidat. Pawito (2009:227). Dengan adanya Postioning dapat memberikan gambaran untuk Khalayak dalam menilai mana kandidat yang akan dipilihnya melalui informasi kandidat tersebut yang akan menimbulkan

persepsi khalayak umum pada kandidat tersebut. Dalam hal ini *Positioning* untuk menggambarkan Nazaruddin Dek Gam adalah Sebagai berikut:

- a) Nazaruddin Dek Gam Merupakan Putra Daerah asli yang memili Citra sebagai pengusaha Muda.
- b) Nazaruddin Dek Gam juga tergabung dalam berbagai organisasi kepemudaan seperti, Federasi Hockey Indonesia Aceh dan Menjadi Ketua umunya pada tahun (213-2018), kemudia Ketua Haria Federasi Olahraga Karate Indonesia Aceh tahun (2007-2011), Bendahara Umum Persatuan Trabiayah Isalamiyah (PERTI) pada tahun(2006-2012).
- c) Dek Gam juga merupakan Presiden Klub sepakbola Persiraja Banda Aceh dari tahun 2017.
- d) Sebelum terjun di dunia politik Dek Gam juga memiliki karir yang cemerlang, Diantaranya Dek Gam pernah menjabat sebagai Presiden Direktur Hotel Pantai Barat, Direktur Utama PT Putra Sinar Desa, Presiden Direktur Hotel Grand TransitSyari'ah,
- e) Dek Gam juga dikenal sebagai Sosok yang Ramah, murah senyum dan Mudah bergaul
- f) Diaklengan Sosial masyarakat Dek Gam yang merupakan Menantu dari Wali Kota Banda Aceh, Aminullah, yang tentunya juga di kenal baik oleh masyarakat di dapil 1 Aceh. Hal ini juga menjadi suatu kelebihan sebab secara langsung maupun tidak langsung Dek Gam telah memiliki modal kepercayaan masarakat terutama di kalangan pendukung Aminullah.

#### 2. Branding

Pada proses stratega tentu di butuhkan sebua brandring, secara umum branding merukan identatitaaas dimana dalam konteks politik digunakan untuk dapat membangun nama dan citra bagi calon kandidat, dan dalam politik tsrtegi branding adalah penampilan logo, sebutan atau simbol. Dan Dek Gam memiliki slogan utama yakni "*Jok Naggroe Bak Aneuk Muda, Nasehat Bak Urang Tuha*". Yang tertera pada setiap flayer media masa maupun baliho serta spanduk-spanduk kampanye. Dana adapu loga yang digunakan ialah logo partai PAN serta Nomor Urut 4. Sebagai

Nomor Urut Nazaruddin Dek Gam. Dan simbol lain yang di gunakan adalah Photo Dek Gam, serta telapak tangan yang menunjukkan hitungan empat. Hal ini di lakukan untuk menanamkan ingatan terhadap simbol simbol tersebut agar tidak salah pilih ketikapencobolsan.

### 3. Segmentasi Target

Segmentasi yang digunakan adalah untuk mengidentifikasi keberagaman karakteristik masyarakat aceh. Dengan mengidentifikasi target dapat memudahkan tim sukses Dek Gam untuk mempromosikan Dek Gam, dan komunikatornya akan memiliki persiapan yang tepat sebelum terjun ke lapangan. Apaun target masyarakat adalah Masyarakat di dapil 1 Aceh, kelompok perempuan, Anak muda dan Para pemilih pemula, serta secara religus, kelompok keagamaan. dengan Segmentasi Target, Tim Sukses Dek Gam juga membentuk berbagai Tim Relawan yang tepat untuk menyalurkan atau perpanjangan informasi mengenai Dek Gam. Adapun tim relawan yang di bentuk diantaranya, sahabat H. nazaruddin Dek Gam yang ditujukan untuk masyarakat umum, kemudian pada Barisan Muda Nazaruddin Dek Gam, yang di tujukan kuntuk komunitas anak muda, kemudia Srikandi Dek Gam yang ditujukan untuk menghimpun suara perempuan.

### 4. Strategi Media

Pengunaan media sebagai sarana Komunikasi politik merupakan strategi yang harus mendapatkan perhatian sebab pemilihan media akan sangat mempengaruhi proses marketing politik. Dan media masa yang dapat digunakan untuk kampanye antara lain, Televisi, media cetak, media sosial seperti Wa, FB, IG dan Youtube. Yang dapat dengan muda membagikan informasi-informasi mengenai calon Kandidat. Dan penggunaan media ini juga menjadi perhatian bagi Tim Dek Gam, dimana tim ini dengan sigam mengkampanyekan Dek gam melalui media-media tersebut, seperti di FB, dan IG Tim Sukses Dek Gam membuat akun Shabat H. Nazaruddin Dek Gam sebagai flatfom yang memberikan informasi mengenai aktifitas, yang mencitrakan sosok Dek Gam, hingga layak di pilih, kemudia di Wa sediri merek aktif membuat grub-grub Chat untuk

membagikan flyer yang akan mereka posting di Story masing- masing tim. Dan tidak lupa media cektak, banyak sekali baliho, sepanduk yang di pasang pada temoat tempat strategis, yang mudah dilihat masyarakat.

Sebelumnya telah disinggung bahwa salah satu Strategi komunikasi politik yang digunakan Dek Gam adalah dengan menggunakan Klub Sepakbola miliknya untuk menarik simpati masyarakat. Dan dalam penjelasan *Positioning, Branding, Segmentasi target dan Strategi Media*. Juga dapat kita ketahui bagaimana tim sukses Dek gam ini membangun Strategi pemenangnya. Dan dalam wawancara yang mendalam yang di lakukan bersama Dek Gam secara langsung, guna mengetahui strategi apa yang di gunakan pada massa Kampaye pileg 2019. Pada wawancara tersebut H. Nazaruddin Dek Gam menjelaskan bahwa *"Dalam kegiatan Kampanye, kita lebih Sering untuk melakukan Kunjungan lapangan, Juga mejaga silaturahmi, dan tidak memberikan banyak janji-janji sebab masyarakat sebenarnya sudah tidak mempercayai janji-janji calon kandidat, oleh karenanya kita tidak menjajikan janji-janji yang muluk-muluk, kita menyanmpaikan dengan sederhana, dan tegas untuk mengabdikan dan berkontribusi untuk daerah dan negara."* dan hal ini ternyata juga sejalan dengan pemahaman Mulyana (2014: 100) yang mengemukakan bahwa, sebenarnya dalam melakukan komunikasi politik yang efektif jutru kita harus bersikap jujur dan ikhlas dalam berkomunikasi, juga mempertimbangkan latar belakang, sosial budaya khlayak, berempati terhadap mitra (khalayak) komunikasi kita, dan menggunakan bahasa yang jernih dan mudah dipahami, tidak menggunakan eudimisme dan jargon-jargon yang kabur.

Dan pada masyarakat dapil 1 Aceh Dek Gam berhasil dikenal denga Citranya yang murah senyum dan suka bergaul, dan jika bicara mengenai sikap Dek Gam dikenal dengan sosok yang sangat tegas. Dan fakta ini dapat ditelusuri lalui berita-berita yang menyangkut Sosok Dek Gam. Dengan strategi komukasi yang efektif, serta Citra yang ramah membuat masyarakat berani memberikan kepercayaan melalui suaranya, sehingga menghantarkan Dek Gam memenagkan Pilig 2019 dnegan Surat terbanyak di Dapil 1



Aceh dan mengalahkan rival satu partainya yang sebelumnya merupakan Incumben.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Penggunaan Strategi Politik sangat erat kaitannya dengan cara dan etika komunikasi politik, serta pemilihan media yang menunjang komunikasi juga harus dipilah dengan baik hingga diperoleh putusan yang tepat. Sebab strategi komunikasi politik sangat berperan penting dalam mewujudkan strategi politik itu sendiri dalam mencapai tujuannya. Seperti yang dilakukan oleh H. Nazaruddin Dek Gam, Beserta Tim pemenangnya dalam Pileg 2019. Pemanfaatan Klub Sepakbola persiraja, kemudian Penyusunan strategi, dari positioning, branding, segmentasi target hingga Strategi media, dilakukan dengan analisa serta mengidentifikasi keadaan masyarakatnya, sehingga menghasilkan strategi yang dapat diterima dengan baik dan di sambut positif oleh masyarakat, sehingga memberikan kemenangan yang mutlak dengan perolehan suara terbanyak di Dapil 1 Aceh.

##### B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Calon Anggota Legislatif.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Abd. Rahman. *Strategi Politik Partai Amanat Nasional Dalam Menghadapi Pemilihan Anggota Legislatif Periode 2019 - 2024 Di Kabupaten Pinrang* Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar 2021
- Aceh Barat Daya 2017. *Skripsi Komunikasi dan Penyiaran Islam*, UIN Ar-Raniry. Banda Aceh
- Dicky Salpiandi (2021) *Jatuhnya Petahana Dan Menangnya Pendatang Baru Di Pileg 2019: Studi Kasus Terhadap Caleg Partai Amanat Nasional (H. Muslim Ayub, S.H., MM Dan H. Nazaruddin Dek Gam S.H) Di Dapil Aceh 1*. S1 thesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Eko Harry Susanto. *Dinamika komunikasi Politik Pada Pemilihan Umum. Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol.1, No. 2, Desember 2013
- hlm 163-172, Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Tarumanagara Jakarta
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya dkk (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta. Pustaka Ilmu Ini 7 Anggota DPR RI Terpilih dari Dapil 1 Aceh | Tagar Dek Gam, Putra Aceh Besar Pendatang Baru di Senayan-Serambinews.com (tribunnews.com) Hasil Pileg 2019: Pertama Dibacakan, Berikut 7 Anggota DPR Terpilih Dapil Aceh I (bisnis.com)
- Kartini Kartono, Pengantar Sosiologi Politik/ Michael Rush, Philip Althof, Terj. Kartini Kartono. Jakarta. Rajawali.1990, hal 23
- Lantik 7.800 Srikandi Dek Gam, Ini Komitmen H. Nazaruddin Dek Gam - News Banda Aceh Foto - Kategori - H. Nazaruddin Dek Gam <https://doi.org/10.24198/cosmogov.v1i1.11857>
- Littejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. (2005). *Theoris of Humman Communication*. Edisi ke-8Belmont: Thomson Wadsworth.
- McNair, Brian (1991) 2011. *An Introduction to political Communication*. Edisi ke-5 London. Routhdge.
- Muhammad Rosid, *Strategi Komunikasi Politik Dalam Pilkada (Studi Kasus Pemenangan Pasangan Kandidat Ratu Atut Dan Rano Karno Pada Pilkada Banten 2011*. Tesis Univeristas Gadjah madha
- Nadia Indriana Tenriawaru *Strategi Komunikasi Politik Nurdin Abdullah Andi Sudirman Sulaiman Dalam Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur Sulawesi Selatan Tahun 2018*. Tesis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar 2020
- Pawito. 2009. *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yoyakarta; Jalsutra
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kulitatif dan R&D*. Bandung. Afabeta
- Sulaeman, A. (2017). *Demokrasi, Partai Politik Dan Pemilihan Kepala Daerah*. CosmoGov, 1(1), 12. Thaibah. (2018). *Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Akmal Ibrahim pada Pilkada Kabupaten*
- Teuku Riefky, H. Nazaruddin, TA Khaled, Farhan dan Sayuti Bertahan, Irmawan Geser Ramon(modusaceh.co)
- Wahid Umaimah, 2016 *Konsep Komunikasi politik*. Bandung
- Widarwati Desi. *Strategi komunikasi Politik M. Miftah dalam Pemenangan Pemilu 2019 di Salahtiga*. Vol. 12, No 2, Juli-Desember

2020. Jurna; An-Ninda. Issn: 2085-3521. E-  
ISSn:2548-9054.