

Media Televisi Sebagai Basis Komunikasi Politik Partai Nasional Demokrat

(Studi Penelitian Terhadap DPP Partai NasDem)

Oleh : Fajar Fahrian

ABSTRAK

Sebagai partai baru yang berhasil mendapatkan suara sebesar 6,72 % dalam Pemilu 2014, Partai Nasional Demokrat (Nasdem) cukup diperhitungkan dalam persaingan politik Indonesia. Tidak terlepas pula bagaimana strategi komunikasi dan kampanye politiknya untuk meraih perolehan suara tersebut. Salah satu strategi Partai Nasdem dalam kampanye Pemilu 2014 adalah dengan pemanfaatan media massa secara masif. Tidak bisa dipungkiri bahwa media televisi menjadi salah satu media kampanye terbesar yang mendorong elektabilitas partai Nasdem. Dengan hasil demikian, televisi diklaim efektif dalam memperkenalkan visi dan misi partai baru tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi Partai Nasional Demokrat (NasDem) melalui media televisi. Selain itu, latar belakang dan alasan penggunaan media elektronik televisi dalam media kampanye Nasdem dalam Pemilu 2014 juga menjadi fokus dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, metode kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena yang ada. Metode kualitatif mampu membantu mendeskripsikan bagaimana strategi Partai Nasdem dalam menggunakan televisi sebagai media komunikasi politik. Teori-teori yang digunakan diantaranya teori partai politik, komunikasi politik dan media massa. Ketiga teori ini mampu membantu menganalisis fenomena strategi komunikasi Partai Nasdem dengan media televisi dalam Pemilu 2014. Penelitian ini pun dilakukan dalam lingkungan kantor dewan pimpinan pusat Partai Nasional Demokrat di Jakarta lalu, melalui tiga narasumber yang berhubungan dengan bidang publikasi media. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam secara terstruktur terhadap narasumber, studi kepustakaan, dan dokumentasi mengumpulkan data yang relevan berupa arsip data, media cetak, dan media internet. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan saran.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa media televisi merupakan salah satu sarana efektif yang digunakan Partai Nasdem dalam membangun *image* (citra) untuk mendongkrak elektabilitasnya dalam kancah perpolitikan nasional. Selain itu televisi juga lebih mudah menyampaikan visi misi dan program-program yang diusung oleh partai. Hasil lain yang ditemukan adalah alasan mengenai penggunaan media televisi dalam komunikasi dan kampanye politik yaitu mudahnya jangkauan masyarakat untuk mengakses media ini. Dengan demikian media televisi menjadi sarana efektif dalam menarik simpati calon pemilih. Hal ini pun menunjukkan bahwa komunikasi dan

kampanye politik di masa sekarang tidak bisa terlepas dari perkembangan teknologi dan informasi.

Kata kunci : partai politik, komunikasi politik, kampanye politik, media televisi, pemilihan umum.

ABSTRACT

As a new political party who won 6,72% of votes in 2014 election, Partai Nasional Demokrat (Nasdem) now quite considered in Indonesia's political competition. To earn such votes, its correlated to its communication strategy and political campaign, such as massive utilisation of mass media. It can't be denied that television media has been one of the biggest media campaign which boosted Nasdem's electability. By such result, television was claimed effective to introduce the vision and mission of Nasdem. This observation aims to give out the picture of Nasdem's communication strategy through television media. Furthermore, the background and reasons to utilise television media in Nasdem's campaign on 2014 election has been the main focus of this observation.

In this research qualitative method is being used to describe and analyze the correlated phenomenons. Qualitative method helps to describe Nasdem's strategy in using television as political communication media. This observation chose theory of political party, political communication, and mass media as tool of analysis. These theories helps to analyze the phenomenon of Nasdem's communication strategy by television media in 2014 election. This observation has been done in the area of central board of Nasdem in Jakarta, by interviewing three persons who were involved in the sector of Nasdem media publication. Data collecting technique using a thorough interviews, literature studies, and documentations of relevant data such as data archives, printed media, and internet media. The technique of data analysis is using data reduction, data serving, and conclusion.

The result of this observation showed that television media is one of an effective tool that've been used by Nasdem to built image to boost its electability in the field of national politics. Furthermore, television is an easier way to deliver vision & mission and programs that was carried by the party. Another result was found that the reason of utilisation of television media to communicate and to campaign is because it is more easy for the society to reach that kind media. Television media has been one of the most effective tool to gain voter's sympathy. Such phenomenon shows that communication and political campaign in this era cannot be separated by the development of technology and information.

Keywords: political party, political communication, political campaign, television media, election.

PENDAHULUAN

Reformasi pasca otoritarisme Orde Baru, telah menghidupkan kembali demokrasi. Pertumbuhan partai politik pada masa ini tidak terhindarkan lagi sebab partai politik merupakan pilar dari demokrasi yang harus ada didalam suatu negara modern. Di Indonesia, munculnya partai-partai politik tidak lepas dari adanya iklim kebebasan yang luas pada masyarakat pasca pemerintahan kolonial Belanda. Partai NasDem merupakan salah satu contoh partai politik baru di Indonesia yang diresmikan pada tanggal 26 Juli 2011 di Hotel Mercure Ancol, Jakarta Utara. Partai Nasional Demokrat (NasDem) dipimpin oleh Surya Paloh sebagai Ketua Umum Partai NasDem. Sebagai partai baru di Indonesia, NasDem memiliki sepaik terjang yang luar biasa dalam mencari simpatisan, terutama simpatisan dari kaum muda untuk direkrut menjadi kader. Dari dukungan inilah Nasdem berhasil lolos verifikasi KPU sebagai peserta Pemilu 2014. Nasdem memasuki babak baru sebagai partai politik baru yang mampu menjadi peserta Pemilu 2014 bersama sembilan partai politik lainnya. Kesembilan partai politik ini merupakan partai yang sudah memiliki kiprah dan pernah mengikuti pemilu di Indoneisa yaitu *Partai Demokrat*, *Partai Demokrasi Perjuangan Indonesia (PDIP)*, *partai Golkar*, *Partai Gerindra*, *Partai Hanura*, *Partai Keadilan Sejahtera (PKS)*, *Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)*, *PPP*, *Partai Amanat Nasional (PAN)*.

Tingkat elektabilitas Partai Nasional Demokrat (*NasDem*) cukup mengejutkan hanya dalam hitungan beberapa tahun saja dapat menarik simpatisan masyarakat yang cukup banyak. Meningkatnya elektabilitas partai Nasdem ini merupakan kerja keras partai dalam melakukan strategi media untuk dapat dikenal oleh masyarakat. Di antara strategi media yang digunakan, kampanye politik melalui media massa yang dilakukan Nasdem termasuk sangat mahal, terlebih melalui saluran televisi. Kendati mahal, tidak ada satu

pun partai yang tidak tertarik untuk mengalokasikan anggarannya demi beriklan di media. Media massa dan politik tidak bisa dipisahkan karena media memiliki posisi sebagai saluran komunikasi politik yang sangat efektif.

Tabel 1.2.
Prosentase Suara Partai Politik Pada Pemilu Legislatif 2014

NO	Nama Partai	Prosentase Suara
1	Partai Nasdem	6.72%
2	Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)	9.04%
3	Partai Keadilan Sejahtera (PKS)	6.79%
4	<u>PDI Perjuangan</u> (PDIP)	18.95%
5	Partai Golkar	14.75%
6	Partai Gerindra	11.81%
7	Partai Demokrat	10.19%
8	Partai Amanat Nasional (PAN)	7.59%

9	Partai Persatuan Pembangunan (PPP)	6.53%
10	Partai Hanura	5.26%
11	Partai Bulan Bintang	1.46%
12	PKP Indonesia (PKPI)	0.91%
Total Data Masuk		100%

Sumber : Diolah dari <http://www.pemilu.com/hasil-pemilu-2014/> ,
pada : 7 Januari 2015

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, adapun permasalahan yang ingin dikaji dalam penelitian ini yaitu untuk menjawab mengenai: Bagaimana pemanfaatan media televisi sebagai basis komunikasi politik yang digunakan oleh Partai Nasdem ?

Tujuan Penelitian

Secara khusus terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai untuk menjawab pertanyaan penelitian ini yaitu: memberikan gambaran tentang strategi komunikasi politik Partai NasDem yang menitik beratkan pada media televisi, serta menganalisa alasan Partai NasDem memilih media elektronik sebagai sarana strategi media partainya.

Manfaat penelitian

Hasil penelitian yang akan dilaksanakan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan khasanah dalam kajian teori-teori ilmu sosial dan politik, khususnya mengenai pemanfaatan strategi media televisi sebagai media komunikasi politik.
- b. Manfaat praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya, sehingga kelemahan-kelemahan yang ada dalam penelitian ini dapat disempurnakan.

Partai Politik

Partai politik dapat diartikan sebagai suatu kelompok yang terkelola yang anggota – anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik atau merebut kedudukan politik dengan cara konstitusional untuk melaksanakan kebijaksanaan – kebijaksanaan umum. Menurut *hafied cangara* bada tiga prinsip dasar dari partai politik :

- a. Partai sebagai koalisi, yakni membentuk koalisi dari berbagai kepentingan untuk membangun kekuatan mayoritas. Partai yang dibentuk atas dasar koalisi di dalamnya terdapat faksi – faksi.
- b. Partai sebagai organisasi, untuk menjadi institusi yang kesis, sinamis, dan berkelanjutan partai politik harus di kelola. Partai harus dibina dan dibesarkan sehingga mampu menarik dan menjadi wadah perjuangan, sekaligus representasi dari sejumlah orang atau kelompok.
- c. Partai sebagai pembuatan kebijakan (*policy making*), partai politik juga berbeda dengan kelompok social lainnya dalam hal pengambilan

kebijakan. Partai politik mendukung secara konkret para calon yang mereka ajukan untuk menduduki jabatan-jabatan publik.

Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik atau berpengaruh terhadap perilaku politik. Dengan demikian komunikasi politik dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain dengan tujuan membuka wawasan atau cara berpikir serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.

Komunikasi politik menurut Denton dan Woodward : semua komunikasi yang dilakukan oleh politisi dan actor lainnya untuk mencapai tujuan tertentu: komunikasi politik tersebut dari pihak non politisi seperti pemilih atau media : komunikasi tentang aktor-aktor ini serta aktivitas mereka ataupun dalam bentuk diskusi oleh media.

a. Komunikator Politik

Yaitu individu-individu yang berada dalam suatu institusi, asosiasi, partai politik, lembaga-lembaga pengelola media massa dan tokoh-tokoh masyarakat.

b. Komunikan

Bersifat perorangan, kelompok, institusi, ormas parpol, negara atau pemerintah negara lain. Jika komunikan hanya dijadikan objek sehingga komunikan tidak memiliki ruang bebas untuk berpendapat maka proses komunikasi menggunakan sistem totaliter.

c. Media komunikasi

Yaitu alat untuk mendapat legitimasi rakyat di dalam melakukan kebijaksanaan dan sekaligus memperkuat kedudukan penguasa melalui pesan-pesan komunikasi yang telah diinterpretasikan ke dalam simbol-simbol kekuasaan.

d. Isi Komunikasi

Pesan komunikasi pada dasarnya merupakan produk penguasa yang diformulasikan ke dalam simbol-simbol politik. Pada dasarnya isi komunikasi adalah seperangkat norma yang mengatur lalu lintas transformasi pesan-pesan, panduan dan nilai-nilai idealis yang tertuju pada upaya mempertahankan dan melestarikan sistem nilai yang sedang berlangsung.

e. Tujuan Komunikasi

Komunikasi lebih banyak dilakukan untuk menyampaikan program-program pemerintah sehingga apa yang menjadi sebuah tujuan negara telah dirumuskan sebelumnya bisa tercapai.

Media massa

Menurut Yosai Iriantara dalam bukunya tujuan organisasi menjalin hubungan baik dengan publik bisa beragam. Satu diantaranya adalah untuk meningkatkan atau menjaga citra organisasi di mata public atau stakeholder. Berdasarkan keempat paradigma komunikasi politik yang diuraikan di muka, dapat juga dikemukakan empat teori dasar yang dapat digunakan dalam aplikasi komunikasi politik, yaitu (1) teori jarum hipodermik atau teori peluru (2) teori khalayak kepala batu (the obstinate audience), (3) teori empati dan teori hemofoli, dan (4) teori informasi dan teori nonverbal.

1) Teori jarum hipodermik

Dalam paradigma atau perpektif mekanistik yang telah dijelaskan dimuka, komunikasi politik itu berlangsung dalam sebuah proses seperti ban berjalan secara mekanis, dengan unsur-unsur yang jelas, yaitu sumber (komunikator), pesan (komunike), saluran (media), penerima (khalayak), dan umpan balik (efek).

2) Teori khalayak kepala batu

Dengan gugurnya asumsi khalayak tidak berdaya dan media perkasa seperti disingung dimuka, berkembanglah asumsi baru, bahwa khalayak justru sangat berdaya dna sama sekali tidak pasif , dalam proses komunikasi politik.

3) Teori Empati dan Teori Homofili

Daniel leaner menyatakan empati sebagai kesanggupan seseorang melihat diri sendirik ke dalam situasi orang lain , kemudian melakukan penyesuaian.

4) Teori Informasi dan Inverbal

Infomarsi adalah data yang sudah ditolak , sebagai mana yang dipahami dalam SIM (sistem informasi). Merumuskan , informasi adalah setiap hal yang membantu kita dalaam menyusun atau menukar pandangan tentang kehidupan.

5) Teori Media Kritis

Teori media menurut Hollander adalah merupakan teori media yang menempatkan konteks kemasyarakatan sebagai titik tolak dalam mempelajari media massa.

Media Televisi

Munculnya televisi sebagai media paling disukai dalam komunikasi politik (meskipun hal ini sering diikuti dengan gerak koran media yang secara politis lebih bebas), yang berhubungan dengan perubahan sosial yang lain, telah membuat hasil yang lebih luas dan tidak disengaja (meskipun hubungan yang menjadi penyebab tidak dapat sepenuhnya diwujudkan). Dalam hal kampanye, media massa elektronik merupakan sebuah saluran kampanye terhadap konstituen. Apalagi dengan arus teknologi ini, rasanya media elektronik menjadi saluran utama bagi jalan untuk mempengaruhi pandangan masyarakat khususnya dalam masa kampanye Pemilu. Medium ini telah berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi.

Metode Penelitian Penelitian

Metode Penelitian adalah suatu langkah yang digunakan dalam suatu penelitian atau kerja dalam memenuhi obyek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan, metode penelitian yang digunakan untuk memperlancar jalannya pencarian data. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kuantitatif.

PEMBAHASAN

Media dan Komunikasi Politik Partai Nasional Demokrat

Hubungan antara media dan politik sudah berlangsung sejak lama. dan hadirnya komunikasi politik itu sendiri sudah setara dengan ilmu politik, hal itu karena penggunaan secara terorganisir terhadap media massa moderen untuk tujuan politik. Sedangkan Nasional Demokrat adalah gerakan perubahan yang berikhtiar menggalang seluruh warga negara dari beragam lapisan golongan untuk merestorasi

Indonesia. Nasional demokrat bukan hanya bertumpu dan berpusat di Jakarta, melainkan gerakan perubahan yang titik sumbuinya terpecah di seluruh penjuru Indonesia.

Kesalahan dalam menentukan arah kebijakan pemerintahan di pusat maupun di daerah telah mengakibatkan krisis di segala aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Beberapa tahun terakhir ini, pengelolaan negara berjalan tanpa arah yang jelas. Perjalanan bangsa Indonesia saat ini acak tanpa pijakan filosofis yang jelas dan belum mampu menyatukan langkah. Sejak bergulir reformasi, tuntutan liberalisasi, kebebasan dan demokratisasi justru berubah menjadi proses *declining* atau kemunduran bagi paham ideologi Pancasila. Saat ini Partai NasDem ingin tetap mempertahankan ideologi Pancasila yang sekarang mundur kebelakang. Karena derasnya arus peradaban budaya asing telah melunturkan kelestarian dan kekokohan akar buaya dan nilai-nilai luhur kepribadian bangsa.

Banyaknya kehadiran partai politik belakangan ini, menjadi salah satu tantangan tersendiri buat Partai Nasional Demokrat. Apa yang membedakan Partai NasDem dengan partai lainnya, bisa dilihat dari visi, misi dan tujuannya. Sebagai partai yang masih memegang teguh Ideologi Pancasila, dan tetap mempertahankan karakter dari ideologi tersebut. Pentingnya ideologi dalam sebuah partai politik itu untuk tetap menjaga keamanan partai agar tetap kondusif dan menjaga setiap anggota, kader, maupun simpatisan partai, karena memiliki tujuan yang sama. Agar tidak mudah di jatuhkan oleh pihak luar maupun dari dalam internal partainya.

Media adalah alat untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Sedangkan peranan media itu sendiri sangat diperhitungkan dalam sistem politik

terutama kita sebagai negara yang menganut demokrasi. Karena itu, pesan dari segi komunikasi politik itu sendiri melalui pembicaraan-pembicaraan politik dengan fungsinya sendiri-sendiri akan mudah tersampaikan jika melalui media massa.

Dan media massa dapat dimanfaatkan sebagai tujuan-tujuan untuk menyampaikan politik itu. Sedangkan Media televisi merupakan media baru yang sangat atraktif dan semarak untuk periklanan politik. Televisi tetap digunakan secara luas sebagai salah satu kampanye politik di Indonesia, setelah dunia periklanan tumbuh semarak, di mana parpol dapat memanfaatkan ruang dan waktu iklan untuk membangun iklan parpol. Dan Partai Nasional Demokrat berhasil memanfaatkan media elektronik untuk menarik simpati masyarakat melalui media Televisi . Selain media televisi sebagai media yang sangat komunikatif dan di gemari oleh masyarakat. Partai pun bisa menyuarakan pemilu untuk kepentingannya dan sarana terbaik dalam mencari simpatik masyarakat. Banyak partai yang mulai menggunakan media televisi untuk melakukan kampanye pileg. Karena penyampaian melalui media televisi mudah dimengerti karena bersemaian bisa di dengar dan dilihat. Penggunaan media televisi saat ini memberikan dampak yang besar untuk keberlangsungan partai politik. Apalagi banyak sekali parpol yang beralih ke media untuk mencari simpati masyarakat.

Sudah sejak lama surat kabar dan radio digunakan sebagai alat kampanye politik sebelum ada televisi dan internet. Surat kabar dan radio merupakan alat utama berbagai bentuk kampanye politik seperti propaganda, pemberitaan, editorial, hingga sampai berkembang dalam bentuk iklan. Periklanan dalam dunia cetak juga merupakan suatu cara untuk menyiasati iklan, sewaktu ada keberatan atau risiko yang terlalu besar untuk ditampilkan di televisi atau radio. Melalui media ini Partai

NasDem banyak di beritakan mengenai lembaga-lembaga survei menempatkan Partai NasDem dalam urutan lima partai yang akan memperoleh suara terbanyak.

Karena melalui dengan slogan “Gerakan Perubahan” Partai NasDem berhasil memberikan dampak positif terhadap citra partai NasDem. karena pemberitaan-pemberitaan yang terus menerus di expose oleh media surat kabar kepada Partai NasDem.

Strategi Politik Partai Nasional Demokrat

Partai Nasional Demokrat, dalam usahanya untuk menarik simpatik masyarakat sejauh ini melakukan berbagai macam program dalam strategi politik yang sudah berjalan. Persiapan yang di lakukan Partai Nasional Demokrat pun sudah mulai berjalan. tidak hanya menasar kalangan menengah keatas saja tapi kalangan bawah pun masuk sasaran nya. Di dalam usahanya menarik simpatik masyarakat, Partai Nasional Demokrat sudah mempersiapkan semua kebutuhan partainya dengan sedetail mungkin. sehingga saat harinya tiba tidak ada kekeliruan selama proses pemilu berlangsung.

Dalam kampanye pun Media televisi memiliki peran penting dalam kampanye politik. Hampir tidak ada satupun Partai Politik dalam kampanye dan sosialisasi politik tidak menggunakan media televisi. Penting nya Partai NasDem, menggunakan media untuk kampanye politiknya karena ia bisa memberikan pesan-pesan politiknya terhadap audiens dan memberikan pengaruh yang relatif besar dalam memperoleh simpatik masyarakat. Pesan partai pun secara serempak bisa di lihat oleh khalayak umum walaupun hanya bersifat sementara. meskipun memerlukan biaya yang besar untuk komunikator memberikan informasi kepada khalayak umum.

Media televisi mampu mendongkrak elektabilitas Partai Nasional Demokrat, dengan frame politik Partainya yang dibungkus dengan semenarik mungkin dalam bentuk Tayangan iklan Politik. Sebagai partai yang baru berjalan kurun waktu belum satu dekade, Partai NasDem bisa mensejajarkan partainya dengan partai-partai lama yang terlebih dahulu telah hadir di Indonesia. Melalui strategi media massa seperti radio, media cetak, media online, dan media televisi ia berhasil masuk lima besar partai. Kerja keras Partai Nasional Demokrat yang difokuskan kepada media televisi memberikan dampak yang baik untuk citra partainya dan elektabilitas Partai Nasional Demokrat itu sendiri.

Strategi matang yang dilakukan oleh Partai NasDem dalam mendongkrak elektabilitas partainya, tidak sia-sia dan membuahkan hasil yang baik untuk keuntungan Partai Nasional Demokrat. Setidaknya Partai Nasional Demokrat sudah menunjukkan taringnya bahwa ia mampu bersaing dengan partai-partai besar lainnya. Meskipun memiliki strategi yang cukup baik, Partai NasDem juga memiliki hambatan dalam menerapkan strateginya kampanye yang menggunakan media massa pada umumnya rawan terjadi propaganda. dan keadaan-keadaan yang bersifat positif maupun negatif bisa datang dari mana saja, baik dari dalam partai secara internal seperti keadaan mesin partai dan kualitas kader maupun dari luar partai secara eksternal seperti keadaan masyarakat, keadaan politik di daerah tersebut, serta persiapan partai lain.

Hambatan merupakan salah satu faktor yang selalu akan terjadi selama masa kampanye berlangsung, lain tidak mungkin banyak kekhawatiran selama masa pemilu politik berlangsung. maka itu Perlu adanya ketelitian dan konsentrasi karena diperlukan oleh partai politik pada proses pengamatan ini.

Setidaknya, suatu partai politik harus merumuskan suatu strategi setelah mereka menghitung keadaan di sekitar mereka.

Media Televisi sebagai Basis Komunikasi Politik Partai Nasional

Demokrat.

Media televisi memiliki peran penting dalam menggiring opini masyarakat, wajar bila suatu partai berhasil mendongkrak popularitasnya karena media televisi tersebut menampilkan berita-berita positif mengenai partai yang di tayangkan. Seperti Metro TV, yang selalu menayangkan berita ataupun kejadian yang terjadi di dalam Partai Nasional Demokrat. pengaruh media televisi digunakan Partai Nasional Demokrat sebagai alat untuk menaikkan elektabilitasnya dalam menjangkau simpatik khalayak umum. Media televisi merupakan sarana yang kuat untuk membentuk sikap-sikap dan keyakinan-keyakinan politik. Maka tidak heran jika opini masyarakat itu penting untuk sebuah partai, disamping melalui media televisi penyampain pesan kepada khalayak lebih mudah di terima secara luas. Maka tidak heran jika Partai Nasional Demokrat mampu menggiring opini masyarakat melalui iklan Partainya saat ini.

Peranan televisi dalam membentuk opini masyarakat dirasakan betul oleh kalangan politik, maka tidak heran jika iklan partai politik banyak bertebaran di beberapa stasiun televisi. Partai NasDem, yang kebetulan pemilik media televisi Metro TV sering menayangkan acara-acara besar seremonial maupun berita-berita mengenai partai.

Surya paloh merupakan orang dibalik layar yang mengendalikan berita-berita di media televisi tentang Partai NasDem, wajar bila intensitas muncul Partai NasDem sering karena memang Metro Tv dimiliki oleh Partai NasDem sendiri.

Televisi memang dianggap sebagai media massa yang paling efektif dalam menyampaikan pesan politik, tidak heran jika kemunculan iklan partai politik menimbulkan dampak yang besar bagi popularitas Partai NasDem. seperti yang terjadi oleh Partai Nasional Demokrat mereka memang mengoptimalkan iklan partai politiknya untuk media kampanye. tetapi disamping itu, mereka juga tau waktu durasi tayang iklan partainya di televisi sesuai peraturan perundangan. Semuanya di atur agar tidak mengganggu jalannya program acara-acara lain di Metro TV. Dampak iklan politik terhadap elektabilitas Partai NasDem sangat besar, di karenakan Suatu upaya yang terkenal dilakukan saat ini adalah upaya pemanfaatan media massa untuk membentuk image positif Partai Nasional Demokrat sekarang.

Penggunaan media televisi sangatlah penting selama proses kampanye politik dan sosialisai politik pada pemilu. dalam konteks politik modern, penggunaan media televisi sangat berkaitan erat dengan politik dan tak terpisahkan. Maka dari itu, seberapa besarnya manfaat media televisi bagi Partai Nasional Demokrat itu bisa kita lihat dengan seringnya muncul tayangan iklan tentang Partai Nasional Demokrat.

Walaupun efektif menggunakan media televisi sebagai penyampaian pesan politik, bukan tidak mungkin propaganda tidak akan terjadi. kemungkinan bisa menjadi masalah sangat besar jika itu terjadi, karena benturan antar partai dan di beritakan oleh media televisi terkait, sehingga permasalahan itu dapat menimbulkan dampak yang buruk dan merugikan bagi citra partai.

Efektif tidak efektifnya suatu media televisi, itu tergantung dari partai dalam mem-blow up dan meng-cover berita politik dan informasi Partainya agar bisa

menjual dan menarik dilihat oleh khalayak umum. Perlunya ada batasan dalam menggunakan media televisi sebagai alat kampanye, dengan ini pemerintah pun merevisi Undang-Undang penyiaran di industri Televisi. Dapat kita ketahui bahwa tidak mudah untuk menggiring opini masyarakat untuk memilih Partai NasDem. Karena iklan Partai bukan hanya sekedar Iklan saja, akan tetapi di situ harus ada pesan-pesan moral dan dihubungkan dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat. sehingga masyarakat pun tertarik dengan apa yang telah di kerjakan oleh Partai NasDem.

Penutup

Memang tidak dipungkiri, media televisi merupakan alat yang sangat strategis dan efektif dalam mempengaruhi khalayak, melalui media televisi lah Partai Nasional Demokrat besar saat ini. Metro TV sendiri memiliki peran yang vital dalam men-setting image Partai Nasional Demokrat, karena adanya pengaruh setting dimana image positif partai pun muncul. Dengan demikian, maka khalayak pun dalam menilai citra Politik Partai Nasional Demokrat ada yang positif ada yang negatif bahkan ada pula yang netral, tidak melulu selalu positif pemberitaannya di media. Oleh karena itu, wajar bila Partai Nasional Demokrat dikenal oleh masyarakat luas saat ini. oleh karena memang strategi komunikasi politik yang ia terapkan melalui, visi-misi, program kerja, ideologi, dan isi media mudah di pahami dan di terima oleh masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Canggara, Hafied .2009. *Komunikasi Politi : Konsep,Teori&strategi*, Jakarta : Rajawali Pres.

Surbakti, Ramlan. 2007. *Memahami Politik*, Jakarta : PT. Grasindo.

Arifin, Anwar.2011. *Komunikasi Politik :Filsafat Paradigma Teori-Teori tujuan Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta : Balai Pustaka.

Arifin, Anwar .2003. *Komunikasi Politik : paradigma dan Teori Komunikasi Politik*, Jakarta : Balai Pustaka.

<http://www.pemilu.com/hasil-pemilu-2014/>.