



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 3821-3832

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisis Pemanfaatan Kanal Digital Muda.Nasdem.Id Dan Instagram @Official\_Nasdem Sebagai Kampanye Digital Partai Nasdem Kepada Pemilih Pemula Menuju Pemilu 2024

Muhammad Akbar<sup>1✉</sup>

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur

Email : [akbar01.dj@gmail.com](mailto:akbar01.dj@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Pemanfaatan kanal digital pada kampanye digital menjadi hal yang penting dan tidak bisa diabaikan di era digital saat ini. Keberadaan kanal digital dan instagram sebagai media kampanye mencoba mengatasi kelemahan pada media konvensional. Partai Nasional Demokrat memiliki kanal digital muda.nasdem.id dan akun instagram @official\_nasdem dengan tujuan wadah komunikasi politik secara digital dan dimanfaatkan juga sebagai kampanye digital dengan tujuan akhir untuk mendulang suara sebanyak banyaknya pada kontestasi pemilihan umum di tahun 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif (explanatory) analitik dengan penyajian secara komprehensif analisis pada kanal digital muda.nasdem.id dan akun instagram @official\_nasdem kemudian dianalisis secara mendalam. Temuan penelitian ini didasarkan pada fakta yang ditemukan dalam analisis kedua ruang digital tersebut sebagai media kampanye. Hasil penelitian bahwa pemanfaatan kanal digital muda.nasdem.id dan akun @official\_nasdem sebagai media kampanye kepada pemilih pemula dilakukan dengan maksimal dengan keunggulannya menjangkau voters lebih luas serta dapat menganalisa voters dari behavior lebih mudah daripada menggunakan media konvensional.

Kata Kunci: *Kanal Digital, Partai Nasdem, Pemilih Pemula, Pemilu.*

## Abstract

The use of digital channels in digital campaigns is important and cannot be ignored in today's digital era. The existence of digital channels and Instagram as campaign media tries to overcome weaknesses in conventional media. The National Democratic Party has a digital channel muda.nasdem.id and an Instagram account @official\_nasdem with the aim of digital political communication and is also used as a digital campaign with the ultimate goal of gaining as many votes as possible in the 2024 general election contestation. This research uses qualitative methods with an analytical descriptive approach (explanatory) with a comprehensive presentation of analysis on digital channels muda.nasdem.id and Instagram accounts @official\_nasdem then analyzed in depth. The findings of this study are based on facts found in the analysis of the two digital spaces as campaign media. The results of the study showed that the use of digital channels muda.nasdem.id and @official\_nasdem accounts as campaign media to novice voters was carried out optimally with the advantages of reaching wider voters and being able to analyze voters from behavior more easily than using conventional media.

Keyword: *Digital Channels, Nasdem Party, Novice Voters, Elections.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia digital di era demokrasi saat ini mengalami kemajuan yang pesat sekali. Pemanfaatan ruang digital sebagai komunikasi politik menjadi sangat penting dan merupakan hal yang mutlak diperlukan. Jika diperhatikan dalam traffic penggunaan Internet di Indonesia khususnya sudah bukan hal yang baru lagi. Pada Tahun 2012 mengalami perkembangan yang sangat signifikan dimana keterikatan masyarakat terhadap media sosial dan akses internet semakin meningkat. Pengguna ruang digital yang awalnya hanya digunakan sebagai media untuk bersosialisasi dengan teman dan kerabat dekat, kini mulai menembus komunikasi antara individu dengan institusi. Melihat fenomena ini, partai politik dan kandidat mulai melirik kanal digital dan media sosial sebagai suatu alat untuk berinteraksi dengan konstituennya, termasuk untuk mempromosikan produk mereka. Bahkan, menjelang Pemilu Legislatif, Partai Politik mulai gencar membuat website dan berbagai macam akun media sosial untuk melakukan kampanye terhadap partai dan caleg mereka.

Alur waktu Pemilihan umum di Indonesia telah dijadwalkan akan digelar secara serentak pada 14 Februari 2024. Sementara itu untuk Pemilihan Kepala Daerah Serentak akan dilaksanakan pada 27 November 2024. Dimulai dengan pendaftaran partai politik sebagai peserta Pemilu yang akan dijadwalkan penetapannya pada bulan Agustus 2022. Kemudian dilanjutkan dengan verifikasi partai politik calon peserta Pemilu yang akan ditetapkan pada Desember 2022.

Menurut Ahli Rogers & Storey mengatakan bahwa kampanye ialah serangkaian kegiatan yang memiliki komunikasi yang tersusun secara terorganisir dengan tujuan untuk menciptakan suatu akibat tertentu terhadap sasaran secara berkelanjutan dalam periode tertentu atau sesuai masa periode berlaku. International Freedom of Expression Exchange (IFEX), memberi definisi bahwa kampanye ialah suatu hal kegiatan yang memiliki berbagai tujuan-tujuan yang praktis yang membawa perubahan sosial public dan semua aktivitas kampanye yang memiliki dampak dalam mempengaruhi komunikasi dua arah

Sudah tidak dapat dipungkiri lagi bahwa saat ini manusia tengah hidup di zaman yang serba digital, terkhusus sejak datangnya masa pandemi yang memungkinkan segala sesuatu untuk dilakukan dengan mudah melalui platform digital.

Kemudahan yang ditawarkan oleh platform digital membuat masyarakat seakan dimanjakan oleh keberadaannya, sehingga tampaknya digitalisasi akan terus berkembang di berbagai aspek kehidupan masyarakat. Terjadinya era digitalisasi menyebabkan pergeseran beberapa aspek kehidupan dari tradisional ke digital, salah satunya adalah aspek politik.

Salah satu contoh digitalisasi yang paling dekat dengan unsur politik adalah melakukan kampanye digital pada saat pemilu dan pilkada serentak tahun 2024 nanti. Tidak terkecuali partai Nasdem pun melakukan kampanye digital khusus kepada pemilih pemula dalam official resmi laman muda.nasdem.id dan instagram resmi nya yaitu @official\_nasdem.

Pemilih dari generasi milenial dan generasi Z diprediksi akan mendominasi suara pada Pemilu 2024. Dari daftar pemilih tetap (DPT) pemilu serentak 2019, pemilih berusia 20 tahun mencapai 17.501.278 orang, sedangkan yang berusia 21-30 tahun sebesar 42.843.792 orang. Dengan besarnya jumlah suara milenial, Partai NasDem pun mempunyai kewajiban untuk memberikan edukasi kepada para milenial dan generasi Z agar bisa berperan aktif di pemilu mendatang.

Potensi pemilih pemula pun menjadi sesuatu yang menjadi target tertentu dari setiap partai politik, tidak terkecuali bagi partai Nasdem. Pada berbagai kesempatan pemilihan umum baik jenis pemilihan Kepala Negara, Kepala Daerah dan Anggota Legislatif yang ada diseluruh daerah Indonesia, partai Nasdem tidak ketinggalan bersosialisasi agar calon yang di usungnya mendapatkan suara terbanyak.

Kehadiran generasi milenial sebagai pemilih pemula berpotensi dapat meningkatkan perolehan suara partai pada ajang Pemilu 2024 mendatang. Potensi tersebut dapat dimaksimalkan dengan dukungan keras dari segenap calon Legislatif, pengurus dan kader partai.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi Harold Lasswell,

teori ini merupakan teori komunikasi awal (1948). Lasswell menjelaskan bahwa cara terbaik untuk proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan: siapa, mengatakan apa, di saluran mana, kepada siapa, dengan efek apa. Lasswell menjelaskan unsur-unsur proses komunikasi, yaitu komunikator (komunikator), pesan (message), media (media), penerima (communicant/receiver), dan efek (effect). Jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah pesan yang disampaikan oleh komunikator (penerima) dari komunikator (sumber) melalui saluran tertentu baik secara langsung/tidak langsung dengan dampak/efek pada komunikator sesuai dengan apa yang diinginkan komunikator. Mereka yang bertemu tidak yakin siapa, mengatakan apa, di saluran mana, kepada siapa, dengan efek apa.

Yang pertama, Konsep Computer Mediated Communication (CMC). Pengertian CMC menurut Susan Herring (dalam Thurlow, Lengel, dan Tomic, 2004:15) adalah "CMC adalah komunikasi yang terjadi antar manusia melalui perangkat komputer". Selanjutnya menurut John December (dalam Thurlow, Lengel, dan Tomic, 2004) adalah "Komunikasi Mediated Komputer adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan orang-orang, terletak dalam konteks tertentu, terlibat dalam proses pembentukan media untuk berbagai tujuan". Kedua, Konsep Media Sosial. Media sosial menurut Michael Cross (2013) adalah istilah yang menggambarkan berbagai teknologi yang digunakan untuk mengikat orang dalam berkolaborasi, bertukar informasi, dan berinteraksi melalui pesan berbasis web. Karena internet selalu berkembang, berbagai teknologi dan fitur yang tersedia untuk pengguna selalu berubah. Hal ini membuat media sosial lebih hypertextual daripada referensi khusus untuk berbagai kegunaan atau desain.

Yang menarik minat peneliti saat ini adalah pemanfaatan ruang digital sebagai kampanye digital dan komunikasi politik yang dilakukan partai nasdem untuk mendapatkan suara kaum milenial. Oleh karena itu, muncul pertanyaan penelitian, "Bagaimana pemanfaatan ruang digital sebagai kampanye digital Partai Nasdem kepada pemilih pemula dalam pemilu 2024?". Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana pemanfaatan ruang digital khususnya kanal digital nasdem, muda.id dan akun instagram @official\_nasdem yang digunakan oleh partai Nasdem untuk mendulang suara potensial kaum milenial di pemilu tahun 2024.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan tentang pemanfaatan ruang digital sebagai komunikasi politik kepada pemilih pemula, serta untuk mengetahui dampak pemanfaatan ruang digital sebagai komunikasi politik kepada pemilih pemula.

Penelitian ini memiliki dua tujuan utama, yaitu memberikan manfaat teoritis dan praktis. Manfaat teoritis mencakup kontribusi terhadap pengetahuan mengenai

pemanfaatan ruang digital dalam Pemilihan Umum. Sementara itu, manfaat praktis diharapkan mampu memperkaya pemahaman bagi berbagai pihak. Bagi pelaku politik, seperti pengurus partai, pengamat politik, dan aktivis, penelitian ini berpotensi untuk mendukung pengembangan konsep marketing politik, strategi komunikasi, dan praktik yang lebih efektif dalam menghadapi Pemilihan Umum. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam memanfaatkan kanal digital dan media baru dalam proses pemilihan. Untuk pemerintah, penelitian ini dapat berperan dalam mengevaluasi kinerja dan pengawasan terhadap proses demokrasi selama Pemilihan Umum.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana maksud peneliti menggunakan penelitian kualitatif adalah karena penelitian kualitatif dianggap mampu untuk menjawab serta menggali masalah yang belum terlihat. Kemudian, maksud peneliti menggunakan metode deskriptif disini agar penelitian diarahkan untuk menjelaskan sebuah fenomena, keadaan atau peristiwa secara akurat dan sistematis, terhadap sifat (ciri khas) populasi atau daerah tertentu (Hardani et.al, 2015)

Dalam kajian analisis pemanfaatan kanal digital dan sosial media sebagai sarana kampanye digital, peneliti bermaksud untuk membangun konsep yang lebih mendalam tentang pemanfaatan kanal digital dan media sosial dalam kampanye digital yang dilakukan partai politik. Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2015).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perkembangan Pemanfaatan Media Nasdem

Pada tahun 2014 sebagai awal mula keikutsertaan partai nasdem dalam pemilihan umum di Indonesia adalah menggunakan media televisi sebagai basis utama komunikasi politik partai Nasional Demokrat dan terbukti bahwa media televisi pada saat itu mendapatkan hasil yang baik. Data perolehan suara partai Nasdem di tahun 2014 adalah 6.72% sungguh hal yang sangat fantastis dan cukup mengejutkan banyak pihak, bahkan mampu lolos ke parlemen mengungguli Partai Persatuan Pembangunan yang notabene adalah partai senior dan merupakan partai yang sudah mempunyai banyak pengalaman dalam keikutsertaan di ajang pemilihan umum.

Tabel 1. Data Perolehan Suara Pemilu 2014

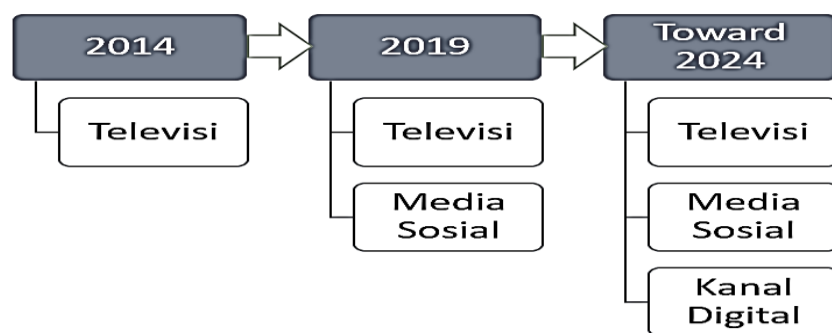
No. ◆	Partai ◆	Jumlah suara ◆	Persentase suara ◆	Jumlah kursi ◆
1	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan	23.681.471	18,95	109
2	Partai Golongan Karya	18.432.312	14,75	91
3	Partai Gerakan Indonesia Raya	14.760.371	11,81	73
4	Partai Demokrat	12.728.913	10,19	61
5	Partai Kebangkitan Bangsa	11.298.957	9,04	47
6	Partai Amanat Nasional	9.481.621	7,59	49
7	Partai Keadilan Sejahtera	8.480.204	6,79	40
8	Partai Nasdem	8.402.812	6,72	35
9	Partai Persatuan Pembangunan	8.157.488	6,53	39
10	Partai Hati Nurani Rakyat	6.579.498	5,26	16

Media televisi pada tahun politik 2014 saat itu memiliki peran sangat penting dalam menggiring opini masyarakat apapun bentuknya, hal ini senada dengan suatu kondisi dimanapartai politik berhasil mendongkrak popularitasnya karena media televisi selalu berusaha menampilkan berita-berita positif mengenai partai yang di tayangkan. Dan tentunya sebaliknya banyak hal negatif atau narasi yang menyalahkan dari lawan politik menjadikan suatu berita yang dapat diblow-up. Metro TV sebagai salah satu saluran televisi nasional yang merupakan media yang dimiliki oleh ketua umum partai Nasdem selalu menayangkan berita ataupun kejadian yang terjadi di dalam Partai Nasional Demokrat serta menjual slogan yang cukup populer hingga saat ini yaitu "Partai tanpa Mahar". Pengaruh media televisi digunakan Partai Nasional Demokrat sebagai alat untuk menaikkan elektabilitasnya dalam menjangkau simpatik khalayak umum. Media televisi tersebut 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.

Tahun 2019 dalam keikutsertaan kali ke kedua partai nasdem dalam pemilihan umum terus menggiatkan berbagai macam media sebagai wadah kampanyenya, selain media televisi yang digunakan pada tahun 2014 lalu di tahun 2019 partai nasdem menambah amunisi nya dengan pemanfaatan di media sosial. Media sosial pada tahun politik menjadi sarana pertarungan sengit antar pihak khususnya partai politik untuk mendapatkan perhatian masyarakat, sehingga partai politik berbondong-bondong menggunakan media sosial hanya untuk berkomunikasi, berinteraksi, mengkritik kebijakan, dan masih banyak lagi manfaat yang bisa didapatkan dari media sosial.

Gaya komunikasi interaktif yang digunakan oleh partai Nasdem merupakan cara untuk mendapatkan suara pemilih sehingga pemilih merasa lebih mudah berinteraksi kepada partai melalui media sosial. Senada dengan hal itu terlihat dari hasil Perolehan suara Nasdem di 2019 meningkat 1.59 persen.

Menuju ke pemilihan umum di tahun 2024 partai Nasdem tetap mempertahankan konsistensinya di televisi dan sosial media. Yang menarik saat ini adalah pengembangan kanal digital muda.nasdem.id yang sengaja di khususkan untuk semua hal tentang pergerakan politik anak muda, milenial dan generasi Z di partai Nasdem. Pergerakan ke pemilih milenial sejatinya telah dilakukan nasdem sejak awal keikutsertaan pemilihan umum, namun menuju ke 2024 ini partai nasdem lebih intens dengan penambahan kanal digital tersebut.



Gambar 1. Perkembangan Pemanfaatan Media Partai Nasdem

#### Analisis Konten Kanal digital muda.nasdem.id dan @official\_nasdem

Secara umum, pengertian media online ialah wahana komunikasi yang disajikan secara online pada internet, mirip situs web (website) dan software (app). Laman resmi partai nasdem adalah nasdem.id, dalam menu anak muda terdapat tautan langsung yang mengarah ke laman muda.nasdem.id. pada layar beranda homepage muda.nasdem.id mengawali dengan slogan dari partai nasdem itu sendiri yaitu Gerakan Perubahan. Kemudian dalam beranda pun ditampilkan beberapa tokoh muda dari nasdem, tokoh muda di partai nasdem yang saat ini dibangun citranya lebih gencar oleh partai yaitu Prananda Surya Paloh yang juga merupakan anak dari ketua umum partai Nasdem (Surya Paloh).

Kegiatan Kampanye digital dalam muda.nasdem.id yang dibangun adalah pada program dan kegiatan yang di rekam dan didokumentasikan dalam kolom menu Kegiatan, pada menu kegiatan ini momen terbaru yang di publish adalah nobar atau nonton bareng gratis bareng partai nasdem.



Gambar 2. Nasdem.muda.id event nonton bareng

DPP Partai NasDem menggelar nonton bareng (nobar) film Mencuri Raden Saleh di Metropole XXI, Jakarta, Minggu (28/8/2022) malam. Kegiatan nobar ini dihadiri antara lain Ketua Bidang Pemilih Pemula dan Milenial DPP NasDem Lathifa Marina Al Anshori serta Ketua Bidang Maritim Ratih Megasari Singkarru. acara nobar ini tidak hanya diikuti kader Partai NasDem, tetapi juga masyarakat umum yang telah terpilih melalui akun @official\_nasdem yang merupakan akun instagram resmi dari partai nasdem. Nuansa kampanye digital terlihat kental sekali dalam event nobar ini, ada beberapa syarat yang harus dilakukan untuk bisa mendapatkan tiket gratis di event ini. Pembahasan berikut ini adalah merupakan syarat yang ditetapkan oleh partai Nasdem :

1. Kader dan Non Kader bisa ikutan

Kegiatan nobar yang berlangsung dapat diikuti oleh umum, dan tidak tertutup dari kader maupun simpatisan saja. Dari beberapa konten yang digemari dan membuat para milenial dapat betah berlama-lama di depan device komputernya adalah yang berkaitan dengan konten Film. Event Nonton bareng apabila dikaitkan dengan konten yang populer di kalangan milenial yaitu tentang kegemaran menonton film maka merupakan langkah yang tepat sebagai digital campaign yang terarah bagi generasi milenial.

2. Memfollow akun instagram @official nasdem

Kampanye adalah upaya yang ditujukan untuk menciptakan perubahan dan dampak tertentu dalam kehidupan bermasyarakat (Antar, 2012). Tiga kunci utama dalam kesuksesan sebuah kampanye adalah *players-creator*, *backers*, dan *crowdfunding platform*.

Keberhasilan suatu kampanye sangat tergantung pada keterampilan membangun jaringan dan segala usaha dari sang pembuat (Kaur dan Gera, 2017).

Konten yang diunggah di media sosial akan secara otomatis juga terlihat pada linimasa (timeline) orang lain yang berada di media sosial yang sama dan menjadi teman atau saling mengikuti. Dalam jagat media sosial, bukan hanya orang lain saja yang dapat melihat apa yang kita bagikan atau sebarkan, kita sendiri juga bisa melihatnya langsung sehingga dapat dikatakan, pengguna media sosial juga menjadi seorang produser dan konsumen dari setiap konten yang kita unggah (Nasrullah, 2020).

Dengan memfollow akun instagram resmi partai nasdem maka akan secara langsung follower mengetahui dan mendapatkan informasi secara uptodate terkait program , kegiatan, agenda, dan berbagai informasi yang sifatnya kepartaian. Dan komunikasi dalam instagram merupakan strategi pemasaran politik yang jitu kepada para follower.

### 3. Akun tidak boleh di Private

Salah satu hal unik yang terjadi dengan trend di Instagram saat ini adalah kebiasaan beberapa Instagram-er untuk melakukan suatu privasi terhadap akun mereka dengan cara menguncinya. Dengan mengunci akun mereka, maka user akan mengamankan akunya dari tindakan orang-orang yang jahil, seperti hater, hacker dan juga stalker, yang dapat merugikan si pemilik akun. Dengan syarat akun tidak boleh di privat ini menjadi satu keuntungan bagi admin @official\_nasdem untuk mengetahui secara langsung profil akun yang memfollow akun @official\_nasdem tanpa perlu memfollow back akun yang memfollow nya.

### 4. Membuat video ajakan di story , mention @official\_nasdem dan men tag 2 teman.

Kampanye yang akan dilakukan adalah kampanye yang bersifat digital, yang artinya aksi kampanye ini dilakukan di *platform* digital, seperti media sosial dan website. Bagi banyak perusahaan, website menjadi saluran iklan utama untuk menjangkau pelanggan yang potensial (Koch dan Benlian, 2015). Dalam syarat mendapatkan tiket gratis ini pengikut akun official nasdem secara tidak langsung akan mempromosikan partai nasdem itu sendiri kepada pengikut dalam akun personal nya. sehingga dua follower yang di tag ini akan melihat secara langsung kegiatan dan promosi partai Nasdem tersebut.

### 5. Tulis done/sudah dikolom komentar

Banyaknya komentar dan like pada akun instagram akan menjadikan akun tersebut ke performa yang lebih baik, maka dari itu komen dan like menjadi ujung tombak dalam akun instagram. Engagement rate merupakan istilah untuk interaksi dan respon antara pemilik akun dan followers-nya. Salah satu tolok ukurnya adalah banyaknya like dan komentar yang

melingkup postingan tersebut. Tingkat engagement media sosial yang tinggi, tentu akan sangat bermanfaat untuk marketing bisnis. Lebih jauh, angka hitungan engagement rate dapat menjadi rujukan untuk melihat performa akun dalam jangka panjang dan jangka pendek. Kemudian juga Menaikkan Angka Followers di Instagram, hal ini dikarenakan postingan pada akun @official\_nasdem menjadi sebuah Suggest Post yang bisa didatangi oleh pengguna laman media sosial satu ini yang berasal dari semua kota dan wilayah. Suggest Post adalah istilah untuk rekomendasi postingan yang diberikan Instagram untuk pengguna yang tertarik pada materi postingan tertentu.

6. Pemenang ditentukan secara random

## Pemanfaatan Kanal Digital Sebagai kampanye Digital

1. Menjangkau Voters Lebih Luas

Dengan menggunakan kanal digital akan memudahkan pesan dan komunikasi antara partai nasdem dengan calon voters melalui berbagai device, kapan saja, dan di mana saja. Pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai lebih kurang 210 juta jiwa, secara kasar sebenarnya partai bisa menargetkan semua orang sebagai calon voters-nya. Namun hal ini tergantung kembali pada tujuan dari partai ingin menentukan calon pemilihnya berdasarkan usia, letak geografi, ataupun berdasarkan konteks yang sesuai. Fokus penelitian ini adalah pemanfaatan kanal digital muda.nasdem.id kepada pemilih pemula dan pemanfaatan ini diambil oleh partai Nasdem untuk memastikan key message yang disampaikan sampai kepada calon pemilih. Digital campaign atau marketing politik yang disediakan kanal digital memberikan jangkauan pemilih lebih luas.

2. Menjangkau Setiap Generasi Voters yang Menggunakan Internet khususnya kaum pemilih pemula.

Setiap generasi pasti memiliki ciri khas pendekatan yang berbeda. Perbedaan generasi pasti memiliki perbedaan pandangan, tujuan, hingga pilihan politik. Kanal digital muda.nasdem.id dan juga akun instagram @official\_nasdem membangun gaya komunikasi yang berbeda untuk menarik perhatian generasi milenial. Seperti pada event nonton bareng banyak prasyarat yang ditetapkan tentunya sebagai generasi milenial sudah lebih familiar dengan penggunaan teknologi yang dibutuhkan dalam pembuatan video ajakan contohnya.

3. Menganalisis Behaviour Para Voters Melalui Monitoring

Behaviour atau perilaku pemilih dapat Anda lihat melalui monitoring media sosial.

Partai politik dan pengurus yang bekerja khusus di bidang pemenangan dapat mengidentifikasi orang-orang yang melawan atau memberikan kritikan keras kepada partai politik melalui komentar negatif dan mendapatkan masukan terkait kegiatan dan event yang akan dibuat untuk menarik para pemilih pemula. Dengan begitu partai politik dapat menentukan langkah komunikasi yang tepat untuk orang-orang yang memberikan kritikan. Selain itu, pengurus dalam partai politik dapat melihat orang-orang yang mendukung atau bersimpati atas calon kandidat dari partai politik tertentu. Dan hal ini bisa menguntungkan yaitu dapat memetakan dan menganalisis lebih dalam terkait strategi komunikasi yang tepat.

#### 4. Dapat Menganalisis Data Secara Realtime

Kelebihan ataupun manfaat lainnya yang ditawarkan dari pemanfaatan ruang digital adalah sebagai partai politik dapat melihat data secara realtime. Banyaknya tools digital marketing yang digunakan akan memudahkan pengurus partai politik yang mengelola akun kanal digital untuk melihat data-data dari target audience.

Anda dapat melihat engagement rate, jumlah pengunjung ke kanal digital maupun profil instagram, jumlah akun yang terjangkau, dan total interaksi yang ada pada satu profil.

Dari hal tersebut pengelola akun dapat lebih mudah menganalisis lebih dalam mengenai data-data yang sudah didapatkan.

### SIMPULAN

Pemanfaatan ruang digital yang dibangun oleh partai Nasdem kepada pemilih pemula menuju pemilihan umum 2024 dilakukan dengan semaksimal mungkin. Terlebih lagi dengan adanya kanal digital khusus yaitu nasdem.muda.id sebagai wadah komunikasi digital antar partai politik dan voters menjadi lebih mudah. Tujuan pemanfaatan ruang digital di akun instagram @official\_nasdem sebagai digital campaign seperti menjangkau voters lebih luas dan menganalisis behaviour para voters dapat tercapai dan mudah dilakukan.

### DAFTAR PUSTAKA

Media Televisi Sebagai Basis Komunikasi Politik Partai Nasional Demokrat ( Studi Penelitian Terhadap DPP Partai NasDem ), Fajar Fahrian, <https://ejournal3.undip.ac.id>.

The Effect of Political Party Communication Through Social Media on The Results of The 2019 Legislative General Election (Nasdem Party, PKS, and PDIP Twitter Case Study), Agus Priyanto, Ulung Pribadi, Fajar Rahmanto, doi:10.1088/1755-1315/717/1/012022

Taktik Komunikasi Politik Partai Nasdem Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2019, Aida

Farichatul Laila, Khoirul Muslimin, Lukman Hakim, JCS: Journal of Communication Studies Vol. 1 No. 02 Juli-Desember 2021 | 135-153

Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial) Herning Suryo, Haryo Kusumo Aji, Fair Unisri 2019 P- ISSN: 2550-0171 Vol 4, Number 1, Januari 2020

Kaur, H., dan Gera, J. (2017). Effect of Social Media Connectivity on Success of Crowdfunding Campaigns. *Procedia Computer Science*, 122, 767-774. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.435>

Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Pada Pemilu Legislatif, Primus Adeodatur Latu Batara, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Irwansyah, Safira Hasna. *Journal of Communication Studies* P-ISSN : 2356-4490 Vol 5 No 2 September 2020

Partisipasi Politik Melalui Pemanfaatan Media Sosial Oleh Komisi Pemilihan Umum di Kota Ambon Provinsi Maluku, M. Rezha Ricky Faadila , <http://eprints.ipdn.ac.id>

Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia, Berliani Ardha, <https://publikasi.mercubuana.ac.id>

Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik, Muhammad Qadri, DOI: <https://doi.org/10.24239/qaumiyah.v1i1.4>

Use of Social Media as a Tool for Political Communication in the Field of Politics, Yılmaz Dasly, Issn: 1309-9302 <http://dergipark.gov.tr/odusobiad>

Instagram dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina), Mohammad Ichlas El Qudsi, Ilham Ayatullah Syamtar. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* Vol. 4 No. 2 Desember 2020 pp. 167-185

Rogers, E. M., dan Storey J. D. 1987. *Communication Campaign*. New Burry Park