

## PENGARUH KOMUNIKASI, KEBIJAKAN DAN CITRA POLITIK PARTAI NASDEM TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH MASYARAKAT

Gina Thristiana Oktoyanti<sup>1,2</sup>, Ahmad Yamin<sup>2,3\*</sup>, dan Joni Firmansyah<sup>4</sup>

<sup>1</sup>DPRD Kabupaten Sumbawa, Indonesia

<sup>2</sup>Manajemen Inovasi, Sekolah Pascasarjana, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

<sup>3</sup>Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

<sup>4</sup>Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

*Corresponding author:* ahmad.yamin@uts.ac.id

### ABSTRAK

Partai politik menggunakan pendekatan komunikasi tertentu untuk menjangkau pemilih dan mempengaruhi pilihannya. Namun, meskipun peran penting komunikasi politik telah diakui, masih sedikit penelitian yang berkonsentrasi pada perannya dalam konteks spesifik Indonesia dan Partai Nasional Demokrat (NasDem). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh komunikasi politik, kebijakan partai, dan citra politik terhadap keputusan memilih masyarakat pada pemilu 2024 mendatang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang memerlukan data numerik atau statistik dalam pengolahannya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM)- Partial Least Square (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel komunikasi politik, kebijakan politik dan citra politik partai NasDem terhadap keputusan memilih masyarakat Sumbawa pada Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 mendatang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa, persepsi positif terhadap komunikasi, kebijakan dan citra partai NasDem secara substansial memengaruhi keputusan masyarakat Sumbawa Besar untuk memilih partai tersebut pada pemilihan umum mendatang. Kepercayaan dan pandangan yang baik terhadap citra NasDem memainkan peran yang signifikan dalam membentuk preferensi pemilih, memberikan dorongan kuat dalam arah mendukung partai tersebut dalam proses pemilihan umum.

**Kata kunci:** Komunikasi Politik; Kebijakan Politik; Citra Politik; Keputusan Memilih; Pemilihan Umum.

### ABSTRACT

*Political parties use specific communication approaches to reach voters and influence their choices. However, although the important role of political communication has been recognised, there is still little research concentrating on its role in the specific context of Indonesia and the National Democratic Party (NasDem). The purpose of this study is to analyse the influence of political communication, party policy, and political image on people's voting decisions in the upcoming 2024 elections. This research is quantitative research that requires numerical or statistical data in its processing. The data used in this study are primary using a questionnaire distributed to 100 respondents with criteria determined by the researcher. The data analysis technique used in this research is Structural Equation Modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS) with the help of SmartPLS 3.2.9 software. The results showed that there was a positive and significant influence between the variables of political communication, political policy and political image of the NasDem party on the decision to vote for the people of Sumbawa in the upcoming 2024 General Election. This study concludes that, positive perceptions of communication, policies and the image of the NasDem party substantially influence the decision of the people of Sumbawa Besar to vote for the party in the upcoming general election. Trust and favourable views of NasDem's image play a significant role in shaping voter preferences, providing a strong impetus in the direction of supporting the party in the general election process.*

**Keywords:** Political Communication; Political Policy; Political Image; Voting Decision; General Election.

## 1. PENDAHULUAN

Partai politik merupakan organisasi yang mengorganisasikan calon untuk bersaing dalam pemilihan di negara tertentu (Mufti, 2013). Anggota partai umumnya memiliki gagasan yang sama tentang partai politik dan partai dapat mempermosikan tujuan ideologis atau kebijakan tertentu. Hal ini didukung Undang-Undang RI (2008) menyatakan partai Politik adalah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa dan negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Menurut Samosir (2022), Parpol memiliki landasan hukum yang kuat dan berperan penting dalam konstitusi, mereka sering kali terjebak dalam dinamika politik yang penuh dengan kekurangan dan kritik. Salah satu kritik yang sering muncul adalah bahwa dalam prakteknya, Parpol sering kali tidak sepenuhnya mewakili kepentingan rakyat atau tidak memenuhi harapan yang diamanahkan oleh UUD 1945. Hal ini dapat terlihat dari berbagai skandal korupsi, politik uang, dan kurangnya transparansi dalam proses internal Parpol itu sendiri. Tidak hanya itu, citra negatif Parpol juga tercermin dari rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap mereka. Kebanyakan rakyat merasa bahwa Parpol lebih fokus pada kepentingan internal dan elit politik, daripada benar-benar mewakili aspirasi dan kebutuhan rakyat secara menyeluruh. Hal ini menyebabkan penurunan partisipasi masyarakat dalam proses politik dan pemilu, karena kehilangan keyakinan terhadap peran nyata yang dimainkan oleh Parpol dalam mewujudkan kemajuan bagi negara (Abadi, 2021).

Partai Politik (Parpol) di Indonesia memiliki peran yang vital dalam sistem politik sesuai dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD NRI) Tahun 1945. Namun, mereka dihadapkan pada sejumlah tantangan yang menghambat kemampuan mereka untuk memenuhi harapan masyarakat (Ismail, 2018). Salah satu tantangan utama yang dihadapi Parpol adalah kebutuhan akan perbaikan dalam aspek transparansi, akuntabilitas, representasi inklusif, dan kesadaran akan kepentingan rakyat secara menyeluruh.

Menurut Fadilah (2023), transparansi serta kesadaran akan kepentingan rakyat secara menyeluruh menjadi landasan utama yang harus ditanamkan dalam setiap langkah Parpol. Mereka perlu memprioritaskan kepentingan rakyat di atas segala hal, tanpa terpengaruh oleh kepentingan politik internal ataupun tekanan dari pihak lain yang berpotensi merugikan masyarakat. Dalam hal ini, pendekatan yang berorientasi pada pelayanan publik harus diutamakan dalam setiap kebijakan yang dibuat. Untuk mengatasi hal ini, Parpol harus mengambil langkah konkret dalam mereformasi diri. Perbaikan dalam hal transparansi, akuntabilitas, representasi inklusif, dan kesadaran akan kepentingan rakyat harus menjadi fokus utama. Mereka harus berkomitmen untuk memperbaiki citra dan memastikan bahwa peran mereka sesuai dengan semangat dan prinsip yang diamanatkan oleh konstitusi.

Mengedepankan langkah-langkah konkret seperti mengadopsi kebijakan internal yang lebih transparan, mengadakan dialog terbuka dengan masyarakat, membuka ruang partisipasi bagi berbagai kelompok, serta melakukan evaluasi berkala atas kebijakan yang telah diterapkan menjadi esensial (Gunawan, 2020). Selain itu, peningkatan pendidikan politik bagi anggota Parpol dan masyarakat umum juga dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan kesadaran akan peran politik serta hak-hak yang dimiliki dalam proses pembuatan kebijakan. Dengan melakukan perubahan nyata dan mengimplementasikan langkah-langkah konstruktif, Parpol dapat membangun sistem politik yang lebih kuat, berdaya saing, dan mampu melayani kepentingan rakyat dengan lebih baik. Mereka memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan positif dalam menjawab kebutuhan dan harapan masyarakat Indonesia (Harahap, 2020).

Menurut Hariyadi (2018), komunikasi politik di Indonesia adalah aspek vital dalam menentukan arah dan keberhasilan suatu partai politik (Parpol) dalam mewujudkan tujuan mereka. Langkah-langkah konkret yang mengarah pada transparansi, dialog terbuka, partisipasi yang inklusif, evaluasi berkala, dan pendidikan politik menjadi elemen penting dalam strategi komunikasi politik Parpol. Parpol perlu mengadopsi kebijakan yang lebih transparan dalam segala aspek, mulai dari pemilihan calon hingga proses pengambilan keputusan (Juanda, 2023). Transparansi ini menciptakan kepercayaan di antara anggota Parpol dan juga masyarakat luas. Melalui keterbukaan ini, parpol dapat menunjukkan kesungguhan mereka dalam bertindak sesuai dengan kepentingan

publik. Selanjutnya, dialog terbuka dengan masyarakat menjadi jembatan penting antara Parpol dan rakyat, dengan mengadakan forum-forum diskusi, pertemuan terbuka, atau bahkan melalui platform daring, parpol dapat mendengarkan aspirasi, keluhan, dan harapan langsung dari masyarakat sehingga hal ini tidak hanya memberikan ruang untuk menyampaikan pesan, tetapi juga untuk menerima masukan yang membangun dari berbagai segmen masyarakat (Khatima, 2022).

Implementasi langkah-langkah konstruktif ini akan membantu Parpol membangun sistem politik yang lebih kuat, berdaya saing, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat (Oktavia, 2020). Komunikasi politik yang efektif, yang didasarkan pada transparansi, dialog terbuka, partisipasi inklusif, evaluasi berkala, dan pendidikan politik, akan memungkinkan Parpol untuk menjadi agen perubahan positif dalam menjawab tuntutan dan harapan masyarakat Indonesia. Parpol wajib memiliki potensi besar untuk mengubah citra mereka dari sekadar entitas politik menjadi pemimpin yang mendengarkan, responsif, dan bertanggung jawab. Hal ini akan membangun kepercayaan masyarakat pada Parpol sebagai representasi yang sebenarnya dari kepentingan rakyat dan memastikan bahwa kebijakan yang dihasilkan benar-benar melayani kepentingan publik (Samosir, 2022).

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nusa Tenggara Barat mengungkapkan 14 dari 18 partai politik lengkap mengajukan nama bakal calon legislatif untuk DPRD provinsi pada tahapan pendaftaran 1-14 Mei 2023. Diketahui pada tahap pendaftaran bakal calon legislatif yang dibuka 1-14 Mei 2023 sebanyak 18 partai politik yang sudah mendaftarkan ke KPU Nusa Tenggara Barat. Di antaranya 18 partai politik itu diantaranya PKS, PDIP, NasDem, Partai Ummat, PAN, PPP, PBB, PSI, Hanura, Gerindra, PKB, Golkar, Demokrat, Perindo, Garuda, PKN, Partai Gelora, dan Partai Buruh (Setiawan, 2023).

Menurut Juanda (2023), peran partai politik terhadap negara meliputi penciptaan pemerintahan yang efektif serta peningkatan partisipasi politik terhadap pemerintahan yang berkuasa. Sebaliknya, peran partai politik terhadap rakyat mencakup perjuangan untuk mengadvokasi kepentingan, aspirasi, dan nilai-nilai dalam masyarakat, sambil memberikan perlindungan dan rasa aman. Di masa kini, sebagian besar partai politik masih belum sepenuhnya mengemban tanggung jawab dalam memberikan pendidikan politik, melakukan pengkaderan, dan rekrutmen politik yang efektif guna melahirkan kader-kader pemimpin yang berkompeten di ranah politik. Keberadaan partai politik dalam konteks ini sangatlah krusial karena mereka merupakan organisasi yang turut serta dalam menentukan arah dan masa depan bangsa Indonesia. Oleh karena itu, hal ini menjadi dasar yang penting untuk menjelajahi peran serta fungsi partai politik dalam mencapai pemilu yang memiliki kualitas dan martabat, seperti yang dibahas oleh Redjo (2015).

Salah satu partai politik yaitu partai Nasional Demokrat (NasDem). Partai ini bernama Partai NasDem didirikan berdasarkan akta notaris pada tanggal 1 Februari 2011 di Jakarta. Partai NasDem dideklarasikan pada tanggal 26 Juli 2011, lalu didaftarkan pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia pada tanggal 27 Juli 2011. Partai NasDem ditetapkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia sebagai badan hukum pada tanggal 11 November 2011 dan ditetapkan sebagai tanggal pendirian Partai NasDem. Pada Januari 2013, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan 10 partai politik yang lolos tahapan verifikasi administrasi dan faktual termasuk Partai NasDem di dalamnya. Keputusan tersebut menjadikan Partai NasDem sebagai satu-satunya partai baru yang lolos sebagai peserta Pemilu 2014 (Anonim, 2023).

Peran komunikasi politik dalam pemilu adalah sesuatu yang tidak dapat dipungkiri, dalam penelitian yang dilakukan oleh Gunawan (2020), komunikasi politik mampu mempengaruhi informasi politik yang disampaikan kepada masyarakat. Partai politik menggunakan pendekatan komunikasi tertentu untuk menjangkau pemilih dan mempengaruhi pilihannya. Namun, meskipun peran penting komunikasi politik telah diakui, masih sedikit penelitian yang berkonsentrasi pada perannya dalam konteks spesifik Indonesia dan Partai Nasdem. Kebijakan partai dan citra politik juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pemilih. Wang (2018) menemukan bahwa kebijakan partai memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku pemilih. Faktor serupa juga berlaku untuk citra politik suatu partai. Rinco (2018) mencatat bahwa citra partai politik memiliki dampak yang signifikan terhadap pemilih. Dalam Partai Nasdem, salah satu partai politik utama di Indonesia, bagaimana kebijakan dan citra politik partai ini mempengaruhi pemilih sangat penting untuk dilakukan. Selain itu, penelitian ini juga mampu merespons kebutuhan untuk memahami lebih dalam tentang dinamika pemilihan umum di Indonesia. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Komunikasi

Politik, Kebijakan Partai Dan Citra Politik Partai Nasdem Terhadap Keputusan Memilih Masyarakat Pada Pemilu 2024”.

## 2. METODOLOGI

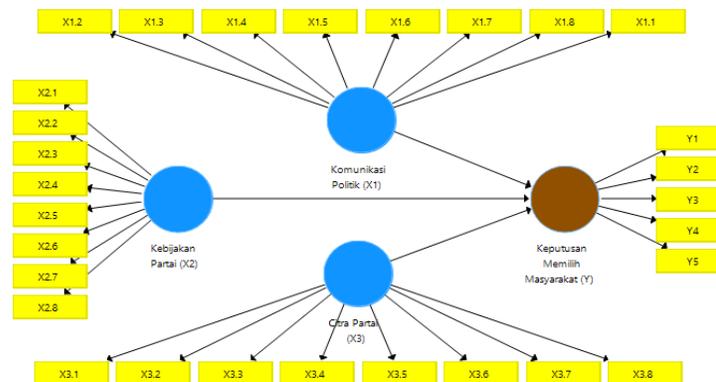
Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana variabel independen dan dependen berhubungan satu sama lain. Studi ini menggunakan teknik kuantitatif secara signifikan. Dalam strategi penelitian kuantitatif, penggunaan angka sebagai alat evaluasi membantu memperoleh pengetahuan. Penelitian kuantitatif memerlukan data numerik atau statistik. Hasil numerik memberikan gambaran kuantitatif dari informasi yang dikumpulkan. Selain itu, data ini akan digunakan untuk menarik kesimpulan dan menyusun analisis penelitian karena penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data ini dikumpulkan dari populasi yang representatif secara statistik dan diproses melalui metode analisis data *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Penelitian ini menggunakan nonprobability sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang secara sengaja memenuhi persyaratan sampel (Babbie, 2016). Berikut adalah persyaratan untuk sampel responden:

- Masyarakat Kota Sumbawa Besar, Kabupaten Sumbawa yang mengetahui dan memahami citra partai dan kebijakan partai Nasdem.
- Masyarakat yang berumur 18-50 tahun dan memiliki Pendidikan minimal SMA atau sederajat.

Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Paul Leedy dan di dapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara pribadi oleh peneliti dari sumber pertama atau tempat penelitian dilakukan. Untuk tujuan penelitian ini, kuesioner diberikan kepada subjek penelitian untuk mengumpulkan data primer secara tidak langsung.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pertama untuk memulai evaluasi model luar (Outer Model), perangkat lunak SmartPLS 3.29 digunakan untuk membuat diagram jalur. Diagram jalur yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang berikut.



Gambar 1. Diagram Jalur Awal

Penelitian ini menggunakan outer model, atau disebut juga sebagai model struktural, seperti yang digambarkan pada Gambar 1. Model yang diusulkan memiliki empat konstruk laten, dengan tiga konstruk laten eksternal dan satu konstruk laten endogen. Konstruk laten endogen yang dimaksud adalah komunikasi politik (X1), kebijakan partai (X2), dan citra partai (X3). Simbol Eta ( $\epsilon$ ) mewakili konstruk laten endogen yang disebut sebagai keputusan memilih masyarakat (Y), yang disimbolkan dengan huruf Y. Dalam penelitian ini, outer model dievaluasi berdasarkan empat kriteria dengan memanfaatkan teknik

analisis data dengan SmartPLS, di antaranya yaitu *uji convergent validity*, *uji discriminant validity* *uji cronbach alpha*, dan *uji composite reliability*.

1. Uji Outer Model

a. Uji Convergent Validity

**Tabel 1.** Output Average Variance Extracted (AVE)

Variabel Konstruk	Average Variance Extracted(AVE)	Keterangan(AVE> 0.50)
Komunikasi Politik(X1)	0,752	Valid
Kebijakan Publik (X2)	0,836	Valid
Citra Politik (X3)	0,737	Valid
Keputusan Memilih Masyarakat(Y)	0,895	Valid

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 1 yang dapat dilihat di atas, nilai AVE untuk konstruk komunikasi politik (X1), kebijakan (X2), citra politik (X3) dan keputusan memilih masyarakat (Y) semuanya memiliki nilai AVE lebih dari 0,50, yang berarti bahwa semua variabel konstruk dalam model dapat dianggap valid.

b. Uji Discriminant Validity

**Tabel 2.** Nilai Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)

	Citra Partai (X3)	Kebijakan Partai (X2)	Keputusan Memilih Masyarakat (Y)	Komunikasi Politik (X1)
Citra Partai (X3)	0,726			
Kebijakan Partai (X2)	0,534	0,523		
Keputusan Memilih Masyarakat (Y)	0,562	0,556	0,648	
Komunikasi Politik (X1)	0,552	0,788	0,576	0,536

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan pada hasil uji *discriminant validity* pada tabel 2 di atas, semua indikator dapat dianggap valid. Hal ini karena nilai kriteria *Fornell-Larcker* lebih dari 0,5.

c. Uji Cronbach Alpha dan Composite Reliability

**Tabel 3.** Output Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Konstruk Variabel	Cronbach Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Komunikasi Politik(X1)	0,877	0,731	Reliabel
Kebijakan Publik (X2)	0,849	0,787	Reliabel
Citra Politik (X3)	0,855	0,781	Reliabel
Keputusan Memilih Masyarakat (Y)	0,855	0,872	Reliabel

Sumber: data diolah, 2023

Setiap konstruk memenuhi syarat reliabilitas, seperti yang ditunjukkan dalam informasi yang disajikan pada Tabel 3. Semua konstruk memiliki nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) yang lebih tinggi dari 0,60, sehingga masing-masing nilai ini memenuhi kriteria yang disarankan dalam penelitian ini.

2. Uji Inner Model

a) Uji R-square

**Tabel 4.** Output R-Square

Konstruk	R-Square	Keterangan
Keputusan memilih masyarakat (Y)	0.778	Baik

Sumber: data diolah 2023

Hasil yang tertera pada tabel 4 mengindikasikan bahwa nilai R-square mencapai 0,778 untuk variabel-variabel terkait, yakni komunikasi politik, kebijakan partai, dan citra partai, yang berperan sebagai variabel penyebab (eksogen) terhadap variabel keputusan memilih masyarakat (endogen). Angka ini menegaskan bahwa sekitar 77,8% variasi atau perubahan dalam keputusan memilih masyarakat dapat dijelaskan oleh hubungan dan pengaruh dari ketiga variabel penyebab tersebut. Nilai R-square yang tinggi menandakan adanya keterkaitan yang kuat antara komunikasi politik, kebijakan partai, dan citra partai dengan keputusan memilih masyarakat. Dengan persentase sebesar itu, hasil ini menunjukkan pentingnya kontribusi variabel-variabel tersebut dalam membentuk dan memengaruhi keputusan memilih, menyoroti peran yang signifikan dari aspek-aspek tersebut dalam konteks keputusan politik masyarakat. Kemudian, 22,2% variasi konstruk keputusan memilih masyarakat dapat dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

b) Uji F-square (f2)

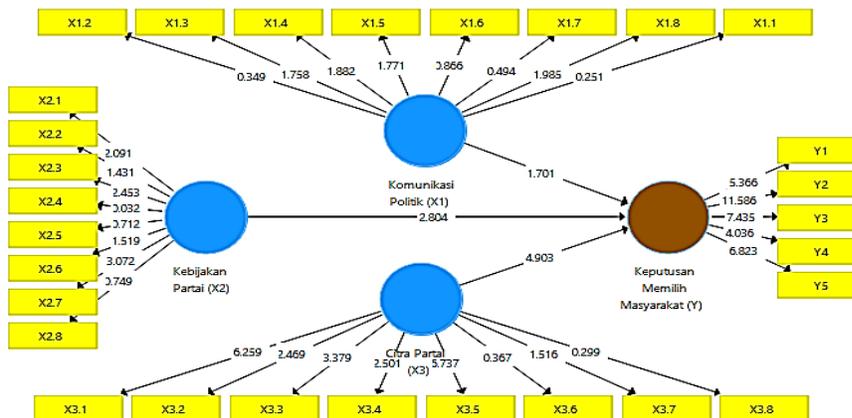
Tabel 5. Output f-Square

Konstruk	Peningkatan Pelayanan Publik (Y)	Keterangan
Komunikasi Politik(X1)	0,575	Kuat
Kebijakan Partai (X2)	0,624	Kuat
Citra Politik (X3)	0,568	Kuat

Sumber: data diolah 2023

Pada tabel 5 di atas menampilkan hasil pengukuran kontribusi relatif dari variabel independen Komunikasi Politik (X1), Kebijakan Partai (X2), Citra Politik (X3) terhadap variabel dependen Peningkatan Pelayanan Publik (Y) dalam suatu model analisis. Nilai f-Square diukur untuk masing-masing variabel independen dan menggambarkan seberapa besar sumbangan relatif dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil yang terdapat dalam tabel menunjukkan bahwa variabel Komunikasi Politik (X1) memiliki nilai f-Square sebesar 0,575, Kebijakan Publik (X2) sebesar 0,624, dan Citra Politik (X3) sebesar 0,568. Ketiga variabel ini menunjukkan kontribusi yang kuat terhadap Peningkatan Pelayanan Publik (Y). Dengan demikian, hasil ini menandakan bahwa komunikasi politik, kebijakan publik, dan citra politik secara signifikan mempengaruhi dan memiliki kontribusi yang kuat terhadap perubahan atau keputusan memilih masyarakat.

3. Uji Hipotesis



Gambar 2. Diagram Jalur Setelah Bootstrapping

Berdasarkan hasil koefisien jalur keluaran, terdapat tiga hubungan yang signifikan antara konstruk dalam penelitian ini. Pertama, terdapat keterkaitan yang signifikan antara variabel Komunikasi Politik (X1) dengan Keputusan Memilih Masyarakat (Y). Kedua, terdapat hubungan

yang signifikan antara variabel Kebijakan Partai (X2) dengan peningkatan Keputusan Memilih Masyarakat (Y). Ketiga, terdapat keterkaitan yang signifikan antara variabel Citra Partai (X3) dan Keputusan Memilih Masyarakat (Y) dalam konteks populasi di Kota Sumbawa Besar, Kabupaten Sumbawa. Informasi lebih lanjut tentang nilai-nilai sampel antar konstruksi dapat dilihat di bawah ini untuk rujukan tambahan.

**Tabel 6.** *Output Original Sampel* (Pengaruh Langsung)

Vaiabel Konstruk	Sampel Asli (O)	T Statistik ((O/STDEV)	P-Values
Komunikasi Politik (X1) -> Keputusan Memilih Masyarakat (Y)	0,263	1,701	0,039
Kebijakan Partai (X2) -> Keputusan Memilih Masyarakat (Y)	0,313	2,804	0,005
Citra Partai (X3) -> Keputusan Memilih Masyarakat (Y)	0,374	4,903	0,000

Sumber: data diolah 2023

Berikut adalah interpretasi hasil pengujian hipotesis yang dapat dihasilkan dalam *Path Coefficients* dalam PLS Bootstrapping:

- a) Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Komunikasi Politik (X1) terhadap Keputusan Memilih Masyarakat (Y). Nilai sampel asli yang mendemonstrasikan efek ini sebesar 0,263. Selain itu, nilai T-statistik sebesar 1,701, yang melampaui nilai ambang batas kritis sebesar 1,65. Disamping itu, nilai p-value sebesar 0,039, yang kurang dari nilai standar yang telah ditetapkan sebesar 0,05, mengindikasikan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima. Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa variabel Komunikasi Politik memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Memilih Masyarakat di Kota Sumbawa Besar, Kabupaten Sumbawa. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurussa'adah (2020) dan Khatima (2022), hasil penelitian sebelumnya menggambarkan bahwa kualitas dan kedalaman komunikasi politik yang dibangun oleh suatu partai politik memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pemilih. Temuan-temuan ini secara konsisten menyoroti bahwa strategi komunikasi politik yang kuat dapat berperan sebagai faktor krusial dalam mempengaruhi persepsi, keyakinan, dan akhirnya keputusan para pemilih.
- b) Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh signifikan dari variabel Kebijakan Partai (X2) terhadap Keputusan Memilih Masyarakat (Y) dengan nilai sampel asli sebesar 0,313. Analisis statistik menunjukkan nilai T-statistik sebesar 2,804, yang secara signifikan melebihi nilai ambang batas kritis sebesar 1,65. Lebih lanjut, nilai p-value yang tercatat sebesar 0,005 jauh lebih kecil daripada nilai signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa terdapat bukti kuat untuk menerima hipotesis yang kedua. Dengan demikian, terkonfirmasi bahwa hipotesis tersebut menandakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Kebijakan Partai terhadap Keputusan Memilih Masyarakat di Kota Sumbawa Besar, Kabupaten Sumbawa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Oktavia (2020), yang menunjukkan bahwa kebijakan partai politik bukan hanya sekadar pernyataan atau rencana, tetapi juga menjadi faktor krusial dalam menentukan sikap dan pilihan pemilih, dimana hal ini menunjukkan bahwa kebijakan partai bukan hanya sebagai deklarasi, tetapi sebagai faktor penting yang mendorong pemilih untuk memberikan dukungan dan suara pada partai tersebut.
- c) Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, ditemukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Citra Partai (X3) terhadap Keputusan Memilih Masyarakat (Y). Pengaruh ini tergambarkan melalui nilai sampel asli sebesar 0,374, yang mengindikasikan adanya hubungan yang substansial antara variabel Citra Partai dengan keputusan memilih

masyarakat. Analisis statistik lebih lanjut menunjukkan nilai T-statistik sebesar 4,904, sebuah angka yang signifikan karena melebihi nilai ambang batas kritis sebesar 1,65. Poin penting lainnya adalah nilai p-value yang tercatat sebesar 0,000, yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Nilai p-value yang sangat rendah ini menunjukkan bahwa terdapat bukti kuat untuk mendukung hipotesis yang ketiga, yang menunjukkan bahwa variabel Citra Partai secara positif dan signifikan mempengaruhi Keputusan Memilih Masyarakat Kota Sumbawa Besar, Kabupaten Sumbawa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Oktavia (2020) dan Ramdan (2022) yang menunjukkan bahwa citra partai politik memegang peran yang penting dalam memengaruhi keputusan pemilih. Konsep ini menekankan bahwa persepsi yang dimiliki oleh masyarakat terhadap citra sebuah partai politik dapat mempengaruhi keputusan mereka saat memilih dalam pemilihan umum.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai Pengaruh Komunikasi Politik, Kebijakan Partai, dan Citra Politik Partai terhadap Keputusan Memilih Partai NasDem pada Pemilu 2024, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel komunikasi politik terhadap keputusan memilih masyarakat Kota Sumbawa Besar untuk memilih partai Nasional Demokrat (NasDem) pada pemilihan umum 2024 mendatang (hipotesis pertama diterima). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin kuat dan efektif komunikasi politik yang dilakukan oleh partai NasDem, semakin besar kemungkinan masyarakat di wilayah tersebut untuk memilih partai tersebut pada konteks pemilihan umum yang akan datang. Temuan ini dalam penelitian ini menjelaskan pentingnya strategi komunikasi politik yang efektif dalam membentuk preferensi pemilih dan memperoleh dukungan saat proses pemilihan berlangsung.
- 2) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kebijakan partai terhadap keputusan memilih masyarakat Kota Sumbawa Besar untuk memilih partai Nasional Demokrat (NasDem) pada pemilihan umum 2024 mendatang (hipotesis kedua diterima). Hal ini mengindikasikan bahwa kebijakan partai yang diusung oleh NasDem memiliki dampak yang nyata terhadap preferensi serta keputusan yang diambil oleh masyarakat Sumbawa Besar. Dalam kebijakan yang dibuat oleh partai NasDem secara konsisten berperan penting dalam membentuk sikap dan arah pilihan politik masyarakat di masa depan, khususnya terkait dukungan dan pemilihan mereka pada saat pemilihan umum.
- 3) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra partai terhadap keputusan memilih masyarakat Kota Sumbawa Besar untuk memilih partai Nasional Demokrat (NasDem) pada pemilihan umum 2024 mendatang (hipotesis ketiga diterima). Temuan ini menyoroti pentingnya citra partai dalam memengaruhi preferensi pemilih. Secara khusus, hasil penelitian menggambarkan bahwa persepsi positif terhadap citra NasDem secara substansial memengaruhi keputusan masyarakat Sumbawa Besar untuk memilih partai tersebut pada pemilihan umum mendatang. Kepercayaan dan pandangan yang baik terhadap citra NasDem memainkan peran yang signifikan dalam membentuk preferensi pemilih, memberikan dorongan kuat dalam arah mendukung partai tersebut dalam proses pemilihan umum.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

Abadi, F. Y., Wido, R., & Lutfiana, R. F. (2021). Persepsi Masyarakat Dalam Menanggapi Iklan Politik Di Televisi. *Jurnal PEKAN: Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 6(1), 67-78.

- Addasuqi Syarief, Achmad. (2015). Pengaruh Iklan Politik Peserta Pemilu dan Persepsi Pemilih Terhadap Pengambilan Keputusan Ditinjau dari Tempat Tinggal dan Jenis Kelamin pada Pemilu Legislatif 2014 di Desa Tapis Kecamatan Tana Paser. *Jurnal Psikologi, (Online), 4(01): 65-78*.
- Alfiyani, N. (2018). *Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik*. Potret Pemikiran, 22(1).
- Anonim. (2023). Profil Partai. <https://nasdem.id/about-us/>. Diunduh 6 Oktober 2023 Pukul 05:07 WITA.
- Anshori, A. (2018). Pengaruh Iklan Politik Terhadap Persepsi Pemilih Kota Medan Tahun 2018. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2), 132-144*.
- Ariviyanti, Betari Chintya dan Syilvie, Nurfebiaraning. (2017). Analisis Aktifitas Pembentukan Citra Politik Hary Tanoesoedibjo. *Jurnal Ilmu Komunikasi, (Online), 5(01): 48-58*.
- Azwar, Rully Chairul. (2017). Partai Politik Ditengah Ancaman “Virus” Oligarki dan Politik Kartel. *Jurnal Ketatanegaraan Vol 5, Nomor 1*.
- Babbie, E. R. (2016). *The practice of social research (14th ed.)*. Cengage Learning.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice-Hall.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Oxford University Press.
- Chadwick, A., & Dennis, J. (Eds.). (2020). *The Routledge Handbook of Digital Media and Communication in Society*. Routledge.
- Coleman, S., & Freelon, D. (Eds.). (2021). *Handbook of Digital Politics*. Edward Elgar Publishing.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. Sage Publications.
- Darmawati. (2015). Hubungan Iklan Politik di Televisi Terhadap Minat Memilih Masyarakat dalam Pemilihan Umum Presiden 2014 di Desa Simalinyang RT 30 RW 12 Kabupaten Kampar. *Jurnal Risalah (Online), 26(03): 109-116*.
- Donsbach, W., & Blöbaum, B. (Eds.). (2018). *The Cambridge Handbook of Communication, Health, and Environmental Risks*. Cambridge University Press.
- Fadilah, J., Andriana, D., & Widarti, W. (2023). Pengaruh Iklan Politik Terhadap Keputusan Memilih Mahasiswa Prodi Periklanan Universitas Bina Sarana Informatika. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung, 10(1), 46-54*.
- Garcia, M. C., & Lee, R. W. (2023). Economic Factors and Voting Behavior: A Longitudinal Study. *Journal of Elections and Public Opinion, 28(4), 601-619*. doi:10.1177/08944393231054875
- Ghozali, I. (2019). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): Concepts, Techniques, and Applications*. Sage Publications.
- Graber, D. A. (2002). *Mass Media and American Politics*. CQ Press.
- Gunawan, R. H. (2020). Saluran Komunikasi Politik dalam Pembangunan Demokrasi pada Pemilu Legislatif DPR-RI di Kota Bogor 2019. *Jurnal Komunikasi Pembangunan, 18(02), 141-151*.
- Harahap, I. H. (2020). Kampanye Pilpres 2019 Melalui Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Demokrasi Indonesia. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 17(01)*.
- Hariyadi, M. S. (2018). Pengaruh Paparan Program “Rosi” Kompas TV Terhadap Preferensi Mahasiswa Memilih Gubernur Jawa Timur (Survei Terhadap Mahasiswa Untag Surabaya (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945).
- Haryanto, T. (Ed.). (2022). *Policy Making and Party Politics in Southeast Asia*. Publisher.
- Ichsan, Moh, Astri Irawan, dan Yon Safira. (2023). Analisis Komodifikasi Media Sosial Instagram terhadap Citra Partai Politik Menjelang Pemilihan Calon Presiden 2024. *Jurnal JSHP Vol 07, Nomor 01*.
- Isharyanto. 2017. *Partai Politik Ideologi dan Kekuasaan*. Yogyakarta: CV. Absolute Media.
- Ismail, Ervan. (2018). Kontroversi Iklan Politik dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal Prespektif Komunikasi (Online), 1(03): 81-112*.
- Ismail, La Ode, Samiruddin, dan Wa Ode Reni. (2022). Strategi Politik Anggota Partai NasDem dalam Pemilihan DPRD Kabupaten Muna Barat Perode 2019-2024. *SELAMI IPS Volume 15, Nomor 2*.

- Iyengar, S., & McGrady, J. A. (2020). *Media Politics: A Citizen's Guide*. WW Norton & Company.
- Jamieson, K. H., & Hardy, B. W. (2014). *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford University Press.
- Juanda. (2023). Peran dan Fungsi Partai Politik Dalam Mewujudkan Pemilu Yang Berkualitas dan Bermartabat Tahun 2024. *Jurnal Ilmu Multidisiplin (JIM), Volume 2, Nomor 2*.
- Kaid, L. L., & Holtz-Bacha, C. (Eds.). (2021). *Encyclopedia of Political Communication*. Oxford University Press.
- Kaplan, N. (2022). Understanding the Changing Dynamics of Voter Behavior. *Political Science Review, 17(3), 45-62*.
- Khalil, Tengku Fardhian, Zulkarnain & Furwanti, Alvi. (2014). Pengaruh Citra Partai Pendukung, Iklan Politik, Dan, Kelompok Referensi Terhadap Minat Memilih Calon Kepala Daerah Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis Vol. VI No. 1 Januari 2014*.
- Khatima, K. (2022). Efektivitas Media Massa Terhadap Pilihan Politik Pemilih Pemula Di Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat (Doctoral dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).
- Kustiawan, W., Ramadhani, K. R., Damanik, S. V., & Muharramsyah, A. (2022). Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan, 1(8), 1371-1380*.
- Norris, P., & Inglehart, R. (2021). *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism*. Cambridge University Press.
- Notoatmodjo. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nurussa'adah, E. (2020). Perempuan dan Komunikasi Politik pada Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 18(1), 111-123*.
- Nuswantari, S. A. (2022). Citra Pemimpin Daerah di Media Sosial: Analisis Isi Tweet Mengenai Sutiaji di Twitter. *Jurnal Komunikasi Nusantara, 4(2), 248-263*.
- Oktavia Melati, S. (2020). Pengaruh Citra Partai, Kelompok Referensi, Dan Kebijakan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Presiden Pada Pilpres 2019 (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford University Press.
- Pasternack, P., & Kim, L. Y. (2023). Information Processing and Voter Decision-Making: A Cognitive Approach. *Journal of Behavioral and Experimental Politics, 12(2), 301-318*. doi:10.1037/bep0000197dy. Publisher.
- Prilani, P., & Hutomo, S. B. H. (2020). Konfigurasi Komunikasi Politik atas Fenomena Calon Tunggal Pada Pilkada Kabupaten Kediri Tahun 2020. *Jurnal Komunikasi, 12(2), 282-297*.
- Rafni, A., & Suryanef, S. (2019). Voter Education for First Time Voters through Rumah Pintar Pemilu. *Journal of Moral and Civic Education, 3(1), 1-8*.
- Ramdan, M., Tunggal, S., & Saadjad, K. A. (2022). Pengaruh Desain Komunikasi Visual Amir Tamoreka Center (Atc) Terhadap Citra Positif Kandidat Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2020 Kabupaten Banggai. *KINESIK, 9(1), 100-108*.
- Redjo, Samugyo. 2015. Komunikasi Politik Kontemporer Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintahan. Universitas Padjajaran*.
- Roberts, G. H., & Nguyen, T. (2023). Generational Shifts in Voting Trends: A Comparative Analysis of Three Decades. *Electoral Studies, 49, 132-149*. doi:10.1016/j.electstud.2023.101295
- Samosir, Obsin, dan Indah Novitasari. (2022). Hak Politik Warga Negara dalam Cengkeraman Politik Identitas: Refleksi Menuju Pemilu Serentak Nasional `Tahun 2024. *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik Volume 2, Issue 3*.