

Abstrak

Keterlibatan NW dalam mendukung kadernya dilakukan secara terbuka bahkan aktif dalam penyusunan strategi pada saat pemilu berlangsung. Hal ini juga dilakukan pada saat pilkada Kabupaten Lombok Utara tahun 2015. NW secara terbuka mendukung ketuanya Najmul Akhyar yang merupakan kader terbaik NW, kemenangannya tentu tidak terlepas dari strategi-strategi Nahdlatul Wathan dalam mendulang suara yang mencapai 68.326, kemenangannya hampir di semua Kecamatan yakni Pemenang, Tanjung, Gangga, dan Kayangan. Sehingga dalam tulisan ini fokus pada strategi Nahdaltul Wathan dalam Memenangkan Najmul Akhyar pada Pilkada Kabupaten Lombok Utara tahun 2015.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan kegiatan-kegiatan NW pada pilkada Kabupaten Lombok Utara tahun 2015. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini strategi Nadlatul Wathan; *pertama*, NW membangun *image* politik Najmul akhyar sebagai tokoh agama dan religius. NW juga memperkuat basis-basis NW sebagai sumber untuk memperoleh suara serta ikut serta dalam menentukan sasaran pemilih hal ini sesuai dengan hasil koesioner bahwa 100% NW ikutserta dalam menentukan sasaran pemilih. *Kedua*, memanfaatkan potensi organisasi dari tingkat Kabupaten hingga anak ranting serta organisasi otonom dalam mensosialisasikan Najmul Akhyar selain itu, berdasarkan hasil dari koesioner bahwa 100% responden menjawab selalu terkait prioritas jamaah NW dalam memberikan dukungan terhadap Najmul Akhyar.

Disamping itu, tingginya tingkat kesetiaan jamaah NW kepada pemimpinnya menjadi alasan utama untuk mendukung Najmul Akhyar sebagai kader terbaik NW pada pilkada Kabupaten Lombok Utara tahun 2015. *Ketiga*, media keagamaan dan kegiatan rutin seperti, pengajian, hiziban, dzikir, dll yang digunakan sebagai sarana untuk kampanye dan komunikasi dengan masyarakat secara umum. Disamping memperkuat internal organisasi sebagai strategi politik, NW juga membangun relasi di eksternal organisasinya seperti kyai, tuan guru, ulama yang berpengaruh di lingkungan masyarakat. Penyebaran atribut kampanye pun aktif dilakukan oleh tim pemenang NW hal ini diketahui dari hasil koesioner bahwa 100% tim pemenang NW secara aktif menyebarkan atribut kampanye.

Kata kunci: Marketing Politik, Pilkada, Nahdlatul Wathan

Abstract

NW involvement in supporting its cadres is openly carried out even in the formulation of strategies during elections. This was also done at the 2015 Kabupaten Lombok Utara elections. NW openly supported its chairman Najmul Akhyar who was the best NW cadre, his victory certainly was inseparable from Nahdlatul Wathan's strategies in gaining votes which reached 68,326, his victory in almost all Districts namely Winner, Tanjung, Ganga, and Kayangan. So in this paper focus on the strategy of Nahdaltul Wathan in Winning Najmul Akhyar in North Lombok Regency Election in 2015.

The method used in this research is descriptive qualitative research to describe NW activities in North Lombok Regency elections in 2015. Data collection techniques in this study were interviews, questionnaires, and documentation.

Based on the results of this study Nadlatul Wathan's strategy; first, the NW built a political image of Najmul akhyar as a religious and religious figure. The NW also strengthens the NW bases as a source to obtain votes and participates in determining the voter target. This is in accordance with the questionnaire results that 100% of the NW participate in determining the voter target. Second, utilizing the potential of organizations from the District level to the branch children and autonomous organizations in disseminating Najmul Akhyar besides, based on the results of questionnaires that 100% of respondents answered the NW congregation's priority in providing support for Najmul Akhyar.

Besides that, the high level of loyalty of NW worshipers to their leaders was the main reason to support Najmul Akhyar as the best NW cadre in North Lombok Regency elections in 2015. Third, religious media and routine activities such as pengajian, hiziban, dzikiran, etc. were used as means to campaign and communication with the community in general. Besides strengthening the internal organization as a political strategy, the NW also builds relationships in external organizations such as clerics, master teachers, influential scholars in the community. The distribution of campaign attributes was actively carried out by the NW winning team. It was known from the questionnaire that 100% of NW winning teams actively spread campaign attributes.

Key words: political marketing, election, Nahdlatul Wathan