

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kebijakan atau program dari Partai Nasdem Kabupaten Solok dalam merealisasikan salah satu tujuan politik nya melalui sosialisasi Anies Baswedan ini. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif yaitu, metode untuk mengungkapkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan apa adanya dari penelitian dengan mengaitkan teori *Use and Gratification* dan konsep strategi komunikasi Hafied Cangara. Hasil dari pembahasan skripsi ini adalah Strategi komunikasi yang diterapkan partai Nasdem Kabupaten Solok dalam sosialisasi Anies Baswedan ialah komunikasi yang terstruktur dari pimpinan pusat hingga pengurus ke kader di Kabupaten Solok sehingga pesan dapat tersampaikan secara merata. Strategi komunikasi menjelaskan tahapan dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis tata cara pengimplementasian tujuan komunikasi. Tahapan strategi komunikasi menurut Hafied Cangara terdapat 5 tahapan yaitu Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi, dan Pelaporan. Media yang di gunakan yaitu media komunikasi seperti baliho yang di sebar di beberapa tempat, totebag, kalender dan juga media sosial seperti website resmi Nasdem pusat, *Instagram*, *WA*, *Facebook*, *Twitter*, *TikTok* dan lain sebagainya.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Teori *Use and Gratification*, Partai Nasdem

ABSTRACT

This research aims to describe the policies or programs of the Solok Regency Nasdem Party in realizing one of its political goals through Anies Baswedan's socialization. In writing this thesis, the author uses a qualitative approach with a qualitative descriptive method, namely, a method for revealing problems by explaining or describing what is in the research by linking the Use and Gratification theory and Hafied Cangara's communication strategy concept. The result of the discussion of this thesis is that the communication strategy implemented by the Solok Regency Nasdem party in the socialization of Anies Baswedan is structured communication from central leadership to administrators to cadres in Solok Regency so that the message can be conveyed evenly. Communication strategy explains the stages in a series of communication activities based on procedures for implementing communication goals. According to Hafied Cangara, there are 5 stages of communication strategy, namely Research, Planning, Implementation, Evaluation and Reporting. The media used are communication media such as billboards distributed in several places, tote bags, calendars and also social media such as the official central Nasdem website, Instagram, WA, Facebook, Twitter, TikTok and so on.

Keywords: *Communication Strategy, Use and Gratification Theory, Nasdem Party.*