

Strategi Partai Perindo jelang pemilu 2019

Andry Susanto

Universitas Diponegoro, Indonesia

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Partai Perindo jelang pemilu 2019. Strategi tersebut dilihat berdasarkan strategi pendekatan yang dilakukan di internal dan eksternal partai. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang memfasilitasi eksplorasi dari fenomena yang terjadi melalui proses wawancara, dokumentasi, dan kajian literasi. Penelitian menggunakan konsep teori Huntington terkait pelebagaan partai politik, yang dikembangkan kembali oleh Vicky Randall dan Lars Svasand dengan menjelaskan aspek eksternal - internal dan struktural - kultural. Kesimpulan utama, Partai Perindo menggunakan strategi yang sesuai dengan derajat kesisteman (systemness), derajat identitas nilai (value infusion), derajat otonomi (decisional autonomy), dan citra publik (reification). Pemilu 2019 menjadi pertarungan bagi Partai Perindo, figur ketua umum Hary Tanoesoedibjo (HT) menjadi penentu, karena sepakterjangnya otomatis berimbas pada keberlangsungan partai.

KATA KUNCI

Partai Perindo; Pelebagaan Politik; Derajat Kesisteman; Derajat Identitas Nilai; Derajat Otonomi; Citra Publik

Pendahuluan

Di tengah gegap gempitanya peta politik di Indonesia muncul Partai Perindo yang memberikan warna berbeda dari partai-partai politik yang sudah ada sebelumnya. Partai berlambang burung rajawali itu dideklarasikan pada 17 Februari 2015. Didirikan oleh taipan media, pemilik MNC Group, Hary Tanoesoedibjo (HT), Partai Perindo menjadi partai baru yang diperhitungkan. Meski baru seumur jagung, Partai Perindo, mampu menunjukkan eksistensinya dengan kekuatan media. Hal itu pula yang menjadi sumber amunisi Partai Perindo agar dikenal oleh masyarakat. Banyak lembaga survei yang beranggapan Partai Perindo punya potensi untuk menjadi partai baru yang diperhitungkan.

Korespodensi:

Megister Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Pleburan, Semarang Selatan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50241.

Email: andry.susan@gmail.com

Survei Indikator di bulan Mei 2018 mencatat, Partai Perindo melesat hingga ke urutan enam teratas, mengalahkan partai kuat seperti PKS, PPP, Nasdem, PAN, dan Hanura. Angka elektabilitas Partai Perindo meningkat menjadi 4,6 persen, dari sebelumnya yang hanya 2,5 persen di bulan September 2017. Sedang menurut Charta Politika, partai yang mengusung sosok Hary Tanoesoedibjo ini, diprediksi menjadi satu-satunya partai baru yang lolos *parliamentary threshold* dengan ambang batas empat persen.

Namun catatan sempurna itu tidak sepenuhnya menjadi acuan karena survei terakhir, yang dilakukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) di bulan Juli 2018, Partai Perindo menempati peringkat ke delapan, dengan capaian 2,6 persen (Putri, 2018). Meski masih jauh dari batas *parliamentary threshold*, Partai Perindo, punya posisi yang cukup menjanjikan sebagai partai yang baru berumur tiga tahun.

Melansir laman Partai Perindo, bahwa pada Pemilu tahun 2019 mendatang, Partai Perindo sendiri menargetkan dan optimis bisa masuk tiga besar tingkat nasional pemenang pemilu ("Target Tiga Besar di Pemilu 2019, Perindo PB Siap Hadapi Verifikasi KPU," 2017). Itu menjadi sebuah target yang sangat besar dan tidak mudah mencapainya. Partai Perindo paling tidak harus bertarung lima partai besar yang menang pada Pemilu tahun 2014 lalu, yakni: Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Golongan Karya (Golkar), Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Demokrat, dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB).

Satu hal yang tidak dimiliki keempat partai tersebut, yakni media dan publikasi. Hal tersebut yang terus menerus digaungkan oleh Partai Perindo, mengingat HT adalah raja media di Indonesia. Ia pasti akan *all out* memanfaatkan media massa miliknya, untuk alat berpolitik, meski pada dasarnya kedua hal tersebut kontradiktif. Di satu sisi, media massa yang harus netral dan jauh dari kepentingan pihak tertentu. Sementara, di sisi lain, dengan pemilik yang terjun di dunia politik, memihak adalah keniscayaan.

Mengamati kiprah Partai Perindo, strategi partai jelang Pemilu 2019 menjadi penelitian yang menarik, terlebih banyak yang percaya, popularitas di media belum tentu dibarengi oleh cakupan jumlah suara dari pemilik hak suara. Sebagai Partai baru, tentunya diperlukan langkah jitu agar bisa sejajar, atau bahkan mengalahkan partai yang sudah eksis untuk menjangkau hati rakyat.

Sebagai partai politik, Partai Perindo merupakan sebuah organisasi atau lembaga yang berkaitan erat dengan sistem politik dan kualitas partisipasi politik. Huntington (1968) dalam buku *Political Order In Changing Societies*, memaknai pelembagaan (lembaga politik) sebagai proses dan tata cara organisasi memperoleh nilai baku dan stabil. Tingkat pelembagaan setiap sistem politik dapat ditentukan dari segi kemampuan untuk menyesuaikan diri, kompleksitas, otonomi, dan keterpaduan organisasi dan tata cara.

Konsep milik Samuel Huntington ini lantas dikembangkan kembali oleh Randall & Svasand (2002) yang menyatakan bahwa proses pelembagaan mengandung dua aspek, yaitu aspek internal-eksternal, dan aspek struktural-kultural. Bila kedua dimensi ini dipersilangkan, maka akan tampak sebuah tabel empat sel, yaitu (1) derajat kesisteman (*systemness*) suatu partai sebagai

hasil persilangan aspek internal dengan struktural, (2) derajat identitas nilai (*value infusion*) suatu partai sebagai hasil persilangan aspek internal dengan kultural, (3) derajat otonomi suatu partai dalam pembuatan keputusan (*decisional autonomy*) sebagai hasil persilangan aspek eksternal dengan struktural, dan (4) derajat pengetahuan atau citra publik (*reification*) terhadap suatu partai politik sebagai persilangan aspek eksternal dengan kultural.

Pertama, derajat kesisteman partai politik, yang merupakan proses pelaksanaan fungsi-fungsi partai politik, termasuk penyelesaian konflik. Semuanya dilakukan menurut aturan, persyaratan, prosedur, dan mekanisme yang disepakati serta ditetapkan dalam Anggaran Dasar (AD) dan Anggaran Rumah Tangga (ART) partai politik yang dirumuskan secara komprehensif sehingga mampu berfungsi sebagai kaidah dan prosedur penuntun perilaku.

Kedua, identitas nilai partai politik, yang berkaitan dengan orientasi kebijakan dan tindakan partai politik menurut ideologi atau *platform* partai, pola dan arah kebijakan yang diperjuangkan partai politik serta basis sosial pendukungnya. Lapisan sosial atau golongan masyarakat memberi dukungan kepada suatu partai karena mereka mengidentifikasi orientasi politiknya dengan ideologi atau *platform* partai itu (basis sosial/ pendukung loyal).

Ketiga, tentang derajat otonomi suatu partai politik dalam pembuatan keputusan, yang berkaitan dengan hubungan partai dengan aktor di luar partai, baik dengan sumber otoritas tertentu (penguasa, pemerintah), maupun dengan sumber dana (pengusaha, penguasa, negara atau lembaga luar), dan sumber dukungan massa (organisasi masyarakat). Rumusan ini sejalan dengan *framing* yang diberikan Huntington (1968) tentang otonomi partai sebagai salah satu kriteria pelembagaan. Suatu partai akan memiliki otonomi dalam pembuatan keputusan bila dana untuk membiayai kegiatan partai berasal dari iuran anggota, kontribusi pengurus, dan aktivis di luar iuran.

Keempat, derajat pengetahuan publik tentang partai politik yang merujuk pada pertanyaan apakah keberadaan partai politik itu telah tertanam pada imajinasi publik? Suatu partai politik dapat dikatakan sudah melembaga dari segi pengetahuan publik bila masyarakat umum mendefinisikan sosok dan kiprah partai politik itu sesuai identitas nilai (*platform*) partai itu sehingga masyarakat pun dapat memahami (meskipun belum tentu setuju) mengapa suatu partai politik melakukan jenis tindakan tertentu dan tidak melakukan jenis tindakan lain.

Intepretasi Strategi Elit: Sebuah Pendekatan

Penelitian ini bersifat deskriptif dalam artian tidak bertujuan untuk menguji hipotesa, tetapi memberikan gambaran realitas sosial mengenai strategi-strategi elit Partai Perindo dalam memenangkan pemilu 2019. Penelitian ini juga berupaya melakukan pencarian terhadap fakta dengan memberikan interpretasi yang tepat terhadap data dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis serta fakta-fakta mengenai persoalan yang peneliti selidiki.

Langkah ini diambil sebagai awal yang penting karena menjadi dasar bagi metode pembahasan selanjutnya. Mengingat bahwa pemikiran senantiasa dipengaruhi oleh kondisi setempat, adalah

perlu bagi peneliti untuk menggambarkan latar belakang sosial yang relevan, khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan yang dilakukan oleh Partai Perindo.

Neuman (2000) mendefinisikan pendekatan kualitatif bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya dengan metode induktif. Namun, tidak menutup kemungkinan untuk menggunakan data-data kuantitatif yang terkait dengan subyek ataupun masalah penelitian, untuk memperkuat data-data yang terkumpul selama penelitian.

Penelitian ini sendiri difokuskan pada sepak terjang Partai Perindo. Caranya dengan melakukan analisis dengan studi pustaka dan wawancara mendalam dengan narasumber yang kompeten terkait strategi yang dilakukan Partai Perindo untuk mencapai target jumlah suara dalam Pemilu 2019.

Informan kunci dalam penelitian ini dititikberatkan pada Pengurus inti Partai Perindo, sebagai informan utama, untuk mengetahui apa strategi apa yang dilakukan untuk mendulang massa calon pemilih. Sementara, data sekunder diperoleh melalui pengumpulan data dari pihak Partai Perindo melalui studi kepustakaan baik berupa dokumen atau arsip-arsip tertulis, survei, data, dan melalui internet atau linimasa.

Wawancara pertama dilakukan dengan narasumber Ahmad Rofiq, Sekretaris Jenderal Partai Perindo. Penulis bertemu dengan Rofiq di Kantor DPP Partai Perindo, Jalan Diponegoro, Menteng, Jakarta Pusat, 28 Februari 2017. Ia menjelaskan manuver Partai Perindo di usianya yang baru tiga tahun di seluruh Indonesia. Informasi tersebut melengkapi data penelitian menyangkut strategi yang dilakukan partai jelang Pemilu 2019.

Narasumber kedua yakni Syafril Nasution, Ketua Bidang Organisasi. Syafril menjelaskan gerakan partai dalam hal keorganisasian. Dilakukan di MNC Tower, Kebon Sirih, Jakarta Pusat, 31 Januari 2018, wawancara mengupas bagaimana konsep pelebagaan atau organisasi Partai Perindo, mulai dari tingkat pengurus pusat hingga ke tingkat DPRD, serta peran organisasi sayap yang dibina oleh Partai Perindo.

Narasumber berikutnya adalah Yamin Tawari, Ketua Bidang Politik dan Kebijakan Publik Partai Perindo. Wawancara Yamin dilakukan di Kantor DPP Partai Perindo, Jalan Diponegoro, Menteng, Jakarta Pusat, 24 Januari 2018. Narasumber akan memberikan informasi pada peneliti terkait langkah politik yang dilakukan oleh Partai Perindo. Untuk mencapai tujuan, langkah-langkah politik ini sangat penting dilakukan guna meningkatkan posisi tawar partai bagi masyarakat pada umumnya dan partai-partai politik lain khususnya.

Selanjutnya Armyn Gultom, Ketua Bidang Kader, Anggota, dan Saksi Partai Perindo. Wawancara dilakukan di Kantor DPP Partai Perindo, Jalan Diponegoro, Menteng, Jakarta Pusat, 23 Januari 2018. Keterangan dari Armyn akan menjelaskan mengenai konsep kaderisasi dari Partai Perindo, serta bagaimana partai menyampaikan visi dan misi pada kader, sehingga kader punya nafas dan semangat yang sama.

Terakhir, wawancara dilakukan kepada Wisnu Handoyono, Ketua Bidang UMKM dan Koperasi Perindo. Wawancara dilakukan di MNC Tower, Kebon Sirih, Jakarta Pusat, 23 Februari 2018. Wisnu dapat menjelaskan secara mendetil mengenai pelaksanaan program Partai Perindo, terutama program yang mendorong pelaksanaan UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan. Salah satu yang menjadi andalan program kerja Partai Perindo yakni, Gerobak Perindo, yang fokus kepada para pedagang kecil.

Pada penelitian ini juga menggunakan triangulasi data atau sumber. Artinya seluruh sumber data yang dimiliki peneliti akan digunakan untuk menguji atau memverifikasi data-data yang lain. Misalnya keterangan dari narasumber atau informan penelitian akan diuji oleh data yang lain, yakni catatan dari media massa ataupun keterangan dari narasumber yang lain, termasuk narasumber tambahan seperti pengamat atau akademisi.

Untuk penambahan narasumber yang akan melengkapi proses triangulasi, peneliti memilih Dr. Gun Gun Heryanto, seorang pengamat politik yang juga menjadi pengajar di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Wawancara Gun Gun, dilakukan di Gedung Pascasarjana Universitas Paramadina, Jakarta, 28 Februari 2018.

Ragam Strategi Partai Perindo

Partai Persatuan Indonesia (Perindo) sah menjadi partai politik peserta pemilu 2019 dengan nomor urut sembilan. Keberhasilan atas hasil verifikasi dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) tersebut menjadi modal, Partai Perindo ikut dalam kontestasi politik tanah air. Ragam strategi dilakukan agar hasil yang diharapkan yakni mendapatkan suara dari masyarakat dan lolos Parliamentary Threshold (PT) bisa tercapai.

Sejumlah cara dilakukan, yang pertama yakni kampanye. Hal tersebut dilakukan di sejumlah lini media massa, di bawah naungan MNC Group. Yang paling fenomenal tak lain penayangan Mars Perindo. Tak hanya itu, pemberitaan mengenai kegiatan Partai, termasuk kegiatan sang ketua umum, Hary Tanoesoedibjo, secara berkesinambungan disiarkan di televisi bersangkutan. Dalam Informasi tersebut disisipkan program kerja dan aktivitas Partai Perindo di tengah masyarakat. Konsep menuju Indonesia yang sejahtera adalah gagasan yang digaungkan ke masyarakat. Dalam mendekati masyarakat, Partai Perindo juga menggunakan linimasa dengan alamat www.partaiperindo.com dan sejumlah akun media sosial.

Kedua, dari sisi internal partai, Partai Perindo juga menggelar Rapat Pimpinan Nasional atau Rampinas. Terakhir, Rabu, 21 Maret 2018, Partai Perindo menggelar Rapimnas kedua. Perhelatan yang digelar dua hari tersebut, dibuka oleh Presiden RI ke-7 Joko Widodo. Dalam acara tersebut dibahas upaya agar kader tetap solid dan bagaimana strategi partai untuk memenangkan Pemilu 2019.

Ketiga, Partai Perindo membina organisasi-organisasi sayap yang ditujukan untuk memperkuat fungsi dan peran partai di masyarakat. Hal tersebut masuk dalam program-program partai yang telah dirumuskan sebelumnya. Pelayanan masyarakat termasuk gerobak kaki lima, *fogging*, hingga

bantuan korban bencana menjadi cara untuk bertemu dengan konstituen dan dilakukan diberbagai wilayah di Indonesia.

Kolaborasi ketiga unsur tersebut diatas, menjadi modal Partai Perindo untuk terjun ke masyarakat. Langkah yang diambil merupakan penerapan dari apa yang sudah menjadi gambaran besar.

1. Strategi Internal

a. Derajat Kesisteman (*systemness*)

Menurut Ahmad Rofiq (wawancara penulis, 28 Februari 2018), dalam Partai Perindo, struktur organisasi dianggap sebagai kekuatan darat untuk mentransformasi gagasan visi dan misi partai terhadap masyarakat sekitar. Kepengurusan adalah sebuah pilar yang akan menjadi penyangga ideologi partai. Para pengurus diarahkan langsung untuk mengaplikasikan program yang sudah direncanakan dan dibuat oleh partai. Pengurus-pengurus inilah yang akan menjadi mesin untuk menggerakkan partai.

Kalau bicara struktur besar pun, tapi kalau kosong untuk apa struktur organisasi itu? Ya, struktur partai ada ketua bidang ini, bidang itu, sampai ada ketua bidang anak kecil, misalnya, untuk apa? Tapi bagaimana partai menjadi besar (yang utama) adalah programnya terlebih dahulu. Itu paling penting. Programnya dan implementasi program, yang paling utama. Baru yang kedua media tadi. Kita buat segala macam pun kalau tidak dipublikasikan tidak ada yang tahu. Struktur itu hanya sebagai bagian kecil dari partai, tapi sebenarnya, sebagai pengatur pelaksana saja bisa dibilang seperti itu. Yang terpenting programnya. Maksudnya program yang ada implementasinya, bagaimana dan kemudian disuarakan agar dilihat orang banyak, dari situ partai akan semakin besar (Syafri Nasution, wawancara penulis, 31 Januari 2018).

Pembentukan struktur organisasi partai dipikirkan secara seksama, mulai dari pusat hingga tingkat akar rumput. Semuanya diperhitungkan sebelum dibentuk. Struktur yang sudah ada lantas dikembangkan kemampuannya dengan pengkaderan.

Penentuan kepengurusan dalam tahap awal dilakukan berdasarkan pada kedekatan dan rekomendasi orang terdekat. Penentuan dengan metode seperti ini dilakukan karena untuk menentukan satu orang pengurus, orang yang terpilih adalah orang yang memiliki kualifikasi paling penting, dapat dipercaya, mampu, dan mempunyai rekam jejak yang jelas.

Kepengurusan terjalin solid, karena kontrol yang dilakukan pusat sangat ketat. Metode seperti ini dilakukan di masa-masa awal perintisan kekuatan Partai Perindo di seluruh Indonesia.

Jadi modelnya Top Down, terpusat, tapi next dibalik, habis pemilu nanti, itu menjadi Bottom Up, jadi ada proses pemilihan, ada kongres, ada muswil, ada musda, sebagaimana partai lain yang normal, yang sudah normal, ada proses 5 tahunan. Itu bahwa Ketua Umum bisa terpilih lagi ya No Problem, tapi proses tetap dijalankan, jadi ada proses kongres, muswil tingkat provinsi, ada proses musda tingkat kabupaten kota, dan ada proses musca tingkat kecamatan (Army Gultom, wawancara penulis, 23 Februari 2018).

Selanjutnya, semua pengurus partai akan bergerak sesuai dengan persetujuan DPP. Jadi otak partai hanya ada dalam satu komando pusat, sementara yang lainnya mengikuti arahan yang terstruktur rapi.

Sementara, untuk melakukan perekrutan melalui cara halus misalnya melalui aktivitas peningkatan kesejahteraan calon kader. Contoh dari metode ini salah satunya melalui program gerobak.

Mereka dibina terutama untuk pedagang-pedagang yang cukup eksis diharapkan mereka menjadi kepanjangan tangan dari kita untuk melakukan rekrutmen calon-calon anggota baru atau bahkan kader baru baik dari kalangan pedagang lain, maupun dari pelanggan sendiri, misalnya dari obrolan-obrolan gaya warung kopi ternyata ada yang tertarik 5 atau 10 orang maka mereka akan mengumpulkan KTP ke DPW atau DPC. Walaupun begitu, kita tetap selektif tidak selalu mereka kita langsung rekrut dan terima, unsur politiknya harus jelas, misalnya dari 50 yang potensial mungkin hanya sepuluh persennya atau mungkin di bawah itu, yang penting kita ada di berbagai daerah (Wisnu Handoyono, wawancara penulis, 23 Februari 2018).

Cara ini diharapkan bisa mendekatkan Partai Perindo di kalangan menengah ke bawah.

b. Derajat identitas (*value infusion*)

Partai Perindo mempunyai jargon “Untuk Indonesia Sejahtera”. Konsep ini dideskripsikan dalam visi Partai yang berbunyi “Mewujudkan Indonesia yang berkemajuan, bersatu, adil, makmur, sejahtera, berdaulat, bermartabat, dan berbudaya”. Tak sebatas ide, program partai pun digencarkan. Sasarannya, masyarakat marjinal dan pelaku UMKM yang ingin punya kehidupan layak. Gerobak Perindo dan Koperasi Nelayan, menjadi dua diantara sekian banyak program partai yang dianggap mampu menunjukkan identitas Partai Perindo.

Dan yang menjadi menarik dalam Partai Perindo adalah gerakan dalam proses politik yang dibangun oleh Perindo ini adalah spesifik. Spesifik itu begini jadi bicara nasionalisme itu bicara soal korupsi, penting, bicara pendidikan, penting, bicara penegakan hukum juga penting. Tetapi ada yang jauh lebih penting di atas semua persoalan yang ada itu adalah pemberdayaan ekonomi masyarakat kelas bawah (Ahmad Rofiq, wawancara penulis, 28 Februari 2018).

Program tersebut mengaplikasikan keinginan Partai Perindo untuk maju bersama-sama dengan masyarakat. Program ini tidak hanya memberikan “ikan” melainkan “kail”, artinya masyarakat tidak hanya diberikan gerobak saja, tapi mereka diberikan pemahaman seperti pengelolaan usaha dan pemahaman hukum usaha.

2. Strategi Eksternal

a. Derajat Otonomi (*decisional autonomy*)

Sebagai peserta pemilu, Partai Perindo adalah partai baru, walaupun demikian, masyarakat tetap bisa melihat rekam jejak partai ini dari orang-orang yang terlibat dalam tubuh partai. Kekuatan Partai Perindo yang tidak bisa dipandang sebelah mata adalah konsorsium media massa yang kepemilikannya terpusat pada HT. Kekuatan itu dianggap mempunyai tingkat efektivitas

yang tinggi dalam mempromosikan partai. Ini yang lantas menjadikan HT maupun Partai Perindo diperhitungkan oleh lawan politik.

Pak Hary menjadi rebutan partai yang lain untuk diminta bergabung. Karena memang media di dalam pada partai politik itu adalah modal yang sangat strategis dan sangat mahal kalau mau kita hitung berapa belanja iklan yang di lakukan Partai Gerindra masa-masa awal, luar biasa. partai yang tidak punya sumber dana yang besar pasti dia tidak bisa melakukan sosialisasi melalui media. Jadi media ini sangat strategis membuat citra sebuah produk menjadi top of mine (Ahmad Rofiq, wawancara penulis, 28 Februari 2018).

Partai Perindo punya posisi tawar yang tinggi, baik dikalangan partai-partai lain maupun di pemerintahan. Manuver politik yang dilakukan Partai Perindo secara tidak langsung mencerminkan hal tersebut.

Kemarin itu Ketua Umum kemudian menyatakan bahwa menurut Peta politik dan indikator-indikator yang ada, ia memprediksi 2019 ini kemungkinan besar Pak Jokowi terpilih (Yamin Tawary, wawancara penulis, 24 Januari 2018).

Maka 2019 itu pertarungan hidup matinya Partai Perindo untuk mencapai angka maksimal. Hanya punya waktu hampir 2 tahun sebagai partai, merebut angka-angka dari partai –partai yang lain justru menjadi motivasi. Kami punya landasan berjuang lebih optimal untuk angka yang lebih tinggi. Untuk kemenangan yang mayoritas (Ahmad Rofiq, wawancara penulis, 28 Februari 2018).

Dukungan terhadap Presiden Joko Widodo, untuk melaju di periode kedua, disambut baik oleh partai koalisi lainnya. Jokowi pun turut hadir dalam Rapimnas kedua Partai Partai Perindo.

b. Citra Publik (*reification*)

Strategi lain yang dilakukan oleh Partai Perindo untuk memenangkan suara rakyat, yakni dengan melakukan sosialisasi dan pencitraan pada masyarakat. Punya kekuatan media, langkah yang disasar dengan memanfaatkan sejumlah media massa di bawah naungan MNC Group. Media massa yang digunakan yakni televisi, radio, daring, dan cetak.

Pada televisi dan radio, hampir setiap waktu dalam medio tahun 2016 - 2017 kita disuguhkan dengan tayangan Mars Perindo yang sering diputar secara simultan. Sementara, untuk informasi kegiatan dari program-program Partai Perindo dibalut dengan konsep pemberitaan. Hal semacam ini kerap disebut petinggi Partai Perindo dengan istilah “serangan udara”.

Sejumlah persoalan sempat dialami oleh Partai Perindo, karena memanfaatkan frekuensi publik yang dimilikinya untuk melancarkan “serangan udara”. Salah satunya, teguran keras Komisi Penyiaran Indonesia, yang meminta MNC Group menghentikan tayangan Mars Perindo di media televisi dan radio miliknya (Nadlir, 2018).

“Serangan udara” yang gencar dilakukan, kemudian dilengkapi dengan “serangan darat” yang dilakukan oleh kader yang melakukan kegiatan partai di tengah masyarakat. Seperti dalam kegiatan bagi-bagi gerobak, partai tidak serta merta memberikan secara cuma-cuma, melainkan

ada tujuan lain, yakni memperluas pengaruh partai sehingga masyarakat tidak hanya mengenal partai tetapi bersimpati dan akhirnya mau memberikan hak suara pada Partai Perindo.

Memastikan suara terbanyak untuk menang, maka strategi perangnya memakai serangan udara itu, ada iklan di media, ada melalui iklan di jalanan, tapi peperangan tidak cukup dengan serangan udara, misalnya ada perang Amerika dan Irak itu. Amerika sudah melakukan serangan bom ke Irak, kan tidak pasti menang, tapi dikirim lagi pasukan infantry untuk memastikan bahwa lawan sudah takluk. Di pemilu juga begitu, dari udara, ada Mars Perindo semua rakyat tahu melalui tayangan TV, pasti menang, tidak, tapi harus ada serangan darat, infantri, ya itu tadi, kader, makanya kita harus punya kader sampai tingkat TPS, ada saksi, dilatih saksi (Armyn Gultom, wawancara penulis, 23 Januari 2013).

Selain untuk menggerakkan pengurus dan kader partai, sosialisasi pengurus pusat ke pelosok daerah bertemu dengan kader dan konstituen juga kerap dilakukan. HT sebagai ketua umum pun, melakukan sendiri pelantikan pengurus partai hingga ke tingkat DPRD.

Harus sering melakukan sosialisasi, sosialisasi itu tidak harus pengurus tetapi kepada kelompok strategis nelayan, petani, buruh, ibu rumah tangga itu perlu disentuh. Cara sosialisasi pertama adalah gagasan, yang kedua citra politik, yang ketiga adalah program. Kalau masyarakat itu sudah tersentuh maka muncul sebuah harapan dan keyakinan. Yang saya katakan tadi di awal, partai ini beda dengan partai yang lain. Kita belum punya alat kekuasaan, sementara partai yang sudah punya kekuasaan belum tentu punya seperti Partai Perindo. Ini yang membuat partai menjadi lebih positif di kalangan bawah. Sehingga daya terimanya itu juga cukup mudah (Ahmad Rofiq, wawancara penulis, 28 Februari 2018).

Selain menonjolkan citra dan program, figur HT yang datang dari kalangan minoritas di Indonesia menjadi ciri khas lain yang membedakan Partai Perindo dengan partai lain. Ciri itu antara lain, HT sebagai warga Indonesia keturunan tionghoa, dan ia adalah non muslim. Dua hal ini, relatif bertentangan dengan figur politik lain yang cenderung “mainstream” dan mengakomodasi kalangan mayoritas, “pribumi” dan “muslim”. Hal ini yang ingin juga ditunjukkan, bahwa Partai Perindo lahir dari keberagaman.

C. Triangulasi

Berdasarkan pengamat politik Gun Gun Heryanto, profil dan gerakan yang dilakukan Partai Perindo mempunyai kelebihan dan kekurangan. Kelebihan tersebut antara lain, Partai Perindo mempunyai figur yang kuat, yakni ketokohan Hary Tanoesoedibjo. Sebagai politisi, meskipun terbilang belum terlalu lama, sosoknya sangat kuat. Kedua, lanjut Gun Gun, Partai Perindo diuntungkan dengan kanal media massa, yang akan membuat terpaan informasi dan propaganda dari partai ini menjadi sangat massif dan eksekif. Terakhir, HT dan Perindo sangat spesifik, menasar basis-basis komunitas, seperti pada pelaku UMKM.

Partai perindo menasar basis-basis komunitas. Contohnya lewat UMKM, ini berarti dalam pendekatan basis pemilih menggunakan triple “C” concept. Community relation, Community empowerment, dan Community services. Community relation, HT intens dan incharge sekali kepada basis struktur sosial tradisional, kaya kiai, tokoh ormas, dkk. Community empowerment,

jatuhnya UMKM, dia kasih gerobak, dia kasih modal (Gun Gun Heryanto, wawancara penulis, 28 Februari 2018).

Namun, di samping menjadi kekuatan, terpaan yang dilakukan media juga bisa menjadi kelemahan, jika partai politik terlalu percaya diri. Artinya partai politik terlalu percaya dengan terpaan dari media massa, maka dikhawatirkan akan gagal menang.

Itu tidak otomatis, elektabilitasnya naik. Ini memang rumusan lama bahwa terpaan media tidak serta merta seperti jarum hipodermik atau hypodermic needle yang kemudian secara signifikan atau powerful mengubah persepsi masyarakat (Gun Gun Heryanto, wawancara penulis, 28 Februari 2018).

Penerimaan masyarakat yang paling kuat, tetap pada pendekatan yang dilakukan secara langsung. Secara sosiologis, masyarakat akan lebih nyaman dan leluasa ketika bertemu langsung.

Meskipun memiliki kelebihan, tetap ada kelemahan. Kelemahan lain adalah ketokohan HT itu mempunyai citra *double minority* atau ada dua hal yang melekat pada HT yang sifatnya minoritas, yakni HT adalah warga keturunan tiongkok dan nonmuslim. Pengelolaan isu menjadi hal penting agar Partai Perindo punya citra positif.

Penutup

Strategi Partai Perindo pada pemilu 2019 mendatang adalah melalui empat langkah utama. Pertama, membangun kekuatan organisasi hingga ke tingkat ranting dan TPS. Partai Perindo pun harus memperkokoh identitas partai. Konsep Indonesia yang sejahtera harus melekat dan menjadi landasan dari setiap program kerja yang dilakukan. Partai Perindo harus tetap fokus pada masyarakat marjinal dan pelaku UMKM yang bisa menjadi basis massa komunitas.

Selanjutnya, membangun kepercayaan simpatisan atau calon simpatisan yang mau bergabung dengan partai dalam kontribusinya di masyarakat. Membangun kepercayaan ini dilakukan melalui menjalankan program-program partai yang mengatasi persoalan di masyarakat, seperti pembagian grobak gratis pada pelaku UMKM. Program ini digerakan untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM. Dengan demikian, kepercayaan masyarakat pada Partai Perindo dapat terbangun. Partai Perindo bukan hanya memberikan janji-janji melainkan ada tindakan nyata.

Terakhir, mempopulerkan Partai Perindo, mengingat partai ini adalah partai baru. Sesuai yang dikatakan ketua umum Hary Tanoesoedibjo, bahwa yang paling penting masyarakat kenal Partai Perindo. Setelah dikenal, Partai Perindo otomatis akan diterima dan leluasa bekerja di tengah masyarakat dengan program-programnya.

Dengan strategi yang dijalankan, Partai Perindo mempunyai peluang yang besar dalam pemilu 2019 mendatang, namun Partai Perindo perlu mempertimbangkan beberapa hal. Usia Partai Perindo yang masih sangat muda, membuat partai ini perlu bekerja keras untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat. Partai Perindo perlu memperkuat gerakan-gerakan secara lebih nyata dan berkesinambungan di lapangan, sehingga bisa memperkuat jaringan di tingkat masyarakat. Membuat program partai otomatis memerlukan biaya dan logistik yang tidak sedikit. Peran kader

untuk bisa bertindak otonom atau mandiri tanpa bantuan dari pusat menjadi kunci bila partai ini ingin terus bertahan di tengah dunia perpolitikan tanah air.

Popularitas Ketua Umum Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo juga bisa dilihat sebagai kekuatan meningkatkan minat masyarakat untuk memberikan suara pada Partai Perindo. Namun, hal ini juga bisa menjadi “sasaran tembak” lawan politik. Mengingat citra yang melekat padanya sebagai warga keturunan dan non muslim, yang artinya minoritas ganda.

Citra Partai Perindo melekat pada sosok HT. Apa yang dilakukan atau masalah yang dihadapi oleh HT otomatis berpengaruh terhadap partai. Ketokohan tunggal mampu memperkokoh posisi partai namun disisi lain, menjadi sulit apabila tokoh tersebut diterpa isu negatif. Jika tidak disiasati segera maka berpotensi tidak akan mendapatkan hasil yang diharapkan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis ucapkan terima kasih pada seluruh narasumber yang berkenan penulis wawancarai.

Pendanaan

Penulis tidak menerima bantuan pembiayaan untuk penelitian, kepenulisan (*authorship*), dan publikasi dari pihak manapun.

Daftar Pustaka

- Huntington, S. P. (1968). *Political Order in Changing Societies*. New Haven: Yale University Press.
- Nadlir, M. (2018). Bandel Tayangkan Iklan Perindo, MNC Group Disentil KPI Pusat. Diakses pada 14 September 2018, dari <https://nasional.kompas.com/read/2018/02/26/17331941/bandel-tayangkan-iklan-perindo-mnc-group-disentil-kpi-pusat>
- Neuman, W. L. (2000). *Sosial Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach (4th Edition)*. Boston: Allyn and Bacon.
- Putri, Z. A. (2018). Survei LIPI: Elektabilitas PDIP 24,1%, Gerindra 9,1%, PD 4,4%. Diakses pada 13 September 2018, dari <https://news.detik.com/berita/4122934/survei-lipi-elektabilitas-pdip-241-gerindra-91-pd-44>
- Randall, V., & Svasand, L. (2002). Party Institutionalization in New Democracies. *Journal Party Politics*, 8(1).
- Target Tiga Besar di Pemilu 2019, Perindo PB Siap Hadapi Verifikasi KPU. (2017). Diakses pada 13 Juli 2018, dari <https://partaiperindo.com/?p=51092>

Daftar Informan

- Ahmad Rofiq, Sekretaris Jenderal Partai Perindo, 28 Februari 2017, Pukul 15.30 WIB.
- Syafril Nasution, Ketua Bidang Organisasi Partai Perindo, 31 Januari 2018, Pukul 16.20 WIB.
- Yamin Tawari, Ketua Bidang Politik dan Kebijakan Publik Partai Perindo, 24 Januari 2018, Pukul 15.40 WIB.

A. Susanto

Armynt Gultom, Ketua Bidang Kader, Anggota, dan Saksi Partai Perindo, 23 Januari 2018, Pukul 16.15 WIB.

Wisnu Handoyono, Ketua Bidang UMKM dan Koperasi Perindo, 23 Februari 2018, Pukul 16.00 WIB.

Gun Gun Heryanto, Dosen Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 28 Februari 2018, Pukul 19.00 WIB.

Tentang Penulis

Andry Susanto adalah alumni Magister Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. Penerima beasiswa Eka Tjipta Foundation ini menggeluti area riset seputar partai politik dan kepemiluan.