

# MENDORONG BIAYA KAMPANYE MURAH MELALUI INTERVENSI KEBIJAKAN DAN KAMPANYE INOVATIF



Kegiatan kampanye, menjadi salah satu aspek paling krusial, serta menjadi tahapan pemilu yang menguras cukup banyak sumber daya, terutama sumber daya keuangan. Waktu kampanye pemilu legislatif tahun 2024 mendatang ditetapkan hanya selama 75 hari.



Secara keseluruhan dana kampanye seluruh partai politik yang tercatat sebesar Rp2,37 triliun, dengan dana kampanye 9 partai politik yang lolos ke parlemen mencapai Rp1,77 triliun (74,8%) dari seluruh dana kampanye yang tercatat dalam LPPDK. 90% dana kampanye tersebut berasal dari calon Anggota legislatif.



Komisi II DPR RI perlu mendorong pemerintah, terutama melalui Kemendagri, maupun KPU selaku penyelenggara pemilu untuk melakukan intervensi kebijakan, baik melalui pendanaan partai politik dari APBN, maupun mendorong optimalisasi penggunaan teknologi dalam proses kampanye seperti pengembangan sistem/aplikasi terintegrasi oleh KPU sebagai salah satu media kampanye calon anggota legislatif, ataupun penggunaan QR Code pada banner/spanduk calon anggota legislatif, untuk mengurangi beban biaya kampanye dari masing-masing calon anggota legislatif, dan mendorong pelaksanaan kampanye menjadi lebih efektif.

Masa kampanye menjadi salah satu aspek paling krusial dalam menarik pemilih pada setiap masa pemilu. Pada periode pemilu tahun 2014 lalu, masa kampanye ditetapkan selama 16 bulan, mulai dari 11 Januari 2013 sampai dengan April 2014. Sementara pada pemilu tahun 2019, masa kampanye ditetapkan selama 6 bulan, mulai dari 23 September 2018 sampai dengan 13 April 2019. Sedangkan pada pemilu pada tahun 2024 mendatang, masa kampanye ditetapkan hanya selama 75 hari, mulai dari 28 November 2023 sampai dengan 10 Februari 2024.

Semakin pendek periode kampanye, maka seharusnya sumber daya yang dialokasikan untuk kegiatan kampanye tersebut juga semakin sedikit, mengingat kampanye menjadi salah satu tahapan pemilu yang menguras sumber daya cukup besar dari masing-masing calon legislator. Dengan demikian, kampanye harapannya tidak hanya soal pertarungan logistik dan sumber daya dari masing-masing peserta pemilu, namun justru menjadi lebih mengedepankan pertarungan gagasan serta visi misi mengenai apa yang akan diperjuangkan kedepannya. Di sisi lain, semakin sedikit waktu kampanye yang diberikan, berarti juga semakin sulit bagi para calon legislatif untuk menjangkau seluruh masyarakat yang ada di daerah pemilihannya. Oleh karena itu, metode kampanye secara inovatif perlu didorong oleh para calon legislator untuk dapat menjangkau seluruh masyarakat di dapilnya, serta mengoptimalkan mahalnaya biaya kampanye.

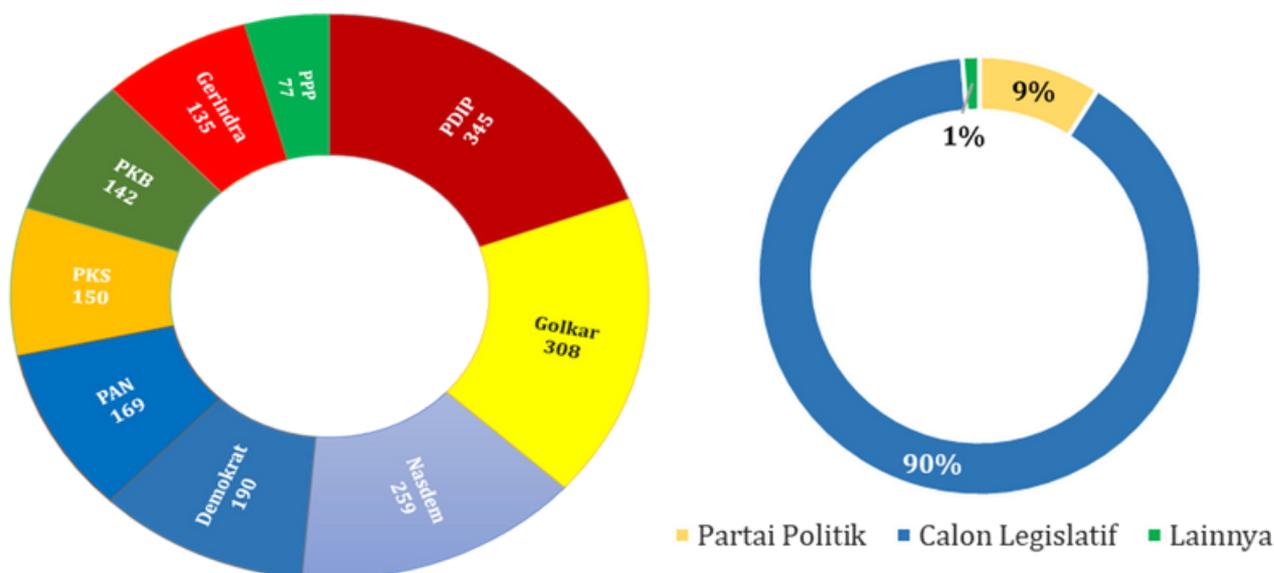
## Mahalnaya Biaya Kampanye dan Pengaruh Biaya Kampanye Terhadap Pemenangan Calon Legislator

Berkaca dari pelaksanaan pemilu sebelumnya pada tahun 2019, kampanye menjadi salah satu komponen pengeluaran yang menghabiskan cukup besar sumber daya. Berdasarkan Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK) para peserta pemilu legislatif tahun 2019 lalu, tercatat secara keseluruhan, partai politik peserta pemilu tahun 2019 mengeluarkan sekitar Rp2,37 triliun untuk kegiatan kampanye calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), maupun calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Dari jumlah Rp2,37 triliun tersebut, sekitar Rp1,77 triliun (74,8%) berasal dari 9 partai politik yang saat ini ada di DPR RI. Artinya, proporsi dana kampanye yang berasal dari 7 partai politik peserta pemilu yang belum berhasil masuk ke DPR RI hanya sebesar Rp597 miliar (25,2%).

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Golongan Karya (Golkar), dan Partai Nasional Demokrat (Nasdem) menjadi 3 partai politik parlemen dengan dana kampanye terbesar pada tahun 2019 lalu, dengan masing-masing dana kampanye yang tercatat pada LPPDK secara berurutan sebesar Rp345 miliar, Rp308 miliar, dan Rp259 miliar. Sedangkan partai politik parlemen dengan dana kampanye terendah berdasarkan LPPDK pada pemilu tahun 2019 lalu adalah Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dengan dana kampanye yang tercatat secara berurutan sebesar Rp 77 miliar, Rp135 miliar, dan Rp142 miliar (Gambar 1 kiri).

Calon Anggota legislatif, baik pada DPR RI maupun DPRD menyumbangkan sekitar 90% dari total dana kampanye yang tercatat dalam LPPDK pada pemilu legislatif tahun 2019 lalu. Sedangkan partai politik menyumbangkan hanya sekitar 9% dari total dana kampanye dalam pemilu legislatif tahun 2019 lalu. Sementara sumbangan lainnya, baik yang berasal dari sumbangan perorangan, kelompok, maupun badan usaha hanya sekitar 1% pada pemilu legislatif tahun 2019 lalu (Gambar 1 kanan).

**Gambar 1.** Dana Kampanye Partai Politik Parlemen Pada Pemilu Legislatif Tahun 2019 (kiri) (dalam miliar rupiah); Sumber Dana Kampanye Peserta Pemilu Legislatif Tahun 2019 (kanan)



Sumber: Komisi Pemilihan Umum (2020), diolah (2023).

Jika di rata-rata, dana kampanye 9 partai politik yang lolos ke DPR RI tahun 2019 sebesar Rp197 miliar per partai politik, dengan PDIP, Golkar, dan Nasdem sebagai partai politik dengan dana kampanye terbesar. Sementara rata-rata dana kampanye 7 partai politik yang tidak lolos ke DPR RI tahun 2019 sebesar Rp85 miliar per partai politik, dengan Perindo, PBB, dan Partai Berkarya sebagai partai politik non-parlemen dengan dana kampanye terbesar.

Artinya, secara rata-rata, dana kampanye partai politik yang lolos ke parlemen tahun 2019 lebih dari 2 kali lipat dibandingkan dana kampanye partai politik non parlemen. Pertanyaannya, apakah besaran dana kampanye partai politik dalam pemilu legislatif berkorelasi positif terhadap terpilihnya calon anggota legislatif dari partai tersebut?

“  
Secara rata-rata, dana kampanye 9 partai politik yang lolos ke parlemen tahun 2019, 2 kali lipat lebih besar dibandingkan dana kampanye 7 partai politik yang belum lolos ke parlemen pada pemilu legislatif tahun 2019 lalu. Sekitar 90% dana kampanye tersebut berasal dari calon anggota legislatif.”

**Tabel 1.** Perbandingan Biaya Kampanye Partai Politik Parlemen dan non-Parlemen (dalam Rupiah)

No.	Partai Politik Parlemen	Total Penerimaan LPPDK	No.	Partai Politik Non Parlemen	Total Penerimaan LPPDK
1	PDIP	345.025.077.816	1	Partai Persatuan Indonesia (Perindo)	228.238.374.435
2	Golkar	307.638.877.704	2	Partai Bulan Bintang	117.857.534.724
3	Nasdem	259.474.071.714	3	Partai Beringin Karya (Berkarya)	107.164.300.058
4	Demokrat	189.732.653.608	4	Partai Solidaritas Indonesia (PSI)	84.660.186.785
5	PAN	169.048.328.526	5	Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura)	49.498.116.814
6	PKS	150.042.753.916	6	Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI)	6.291.747.254
7	PKB	142.322.647.279	7	Partai Gerakan Perubahan Indonesia (Garuda)	3.475.515.041
8	Gerindra	134.721.849.581			
9	PPP	76.551.752.526			
	<b>Total</b>	<b>1.774.558.012.670</b>		<b>Total</b>	<b>597.185.775.111</b>

Sumber: Komisi Pemilihan Umum (2020), diolah (2023).

Berdasarkan hasil pemilu tahun 2019 lalu, PDIP dan Golkar sebagai 2 partai politik parlemen dengan dana kampanye terbesar berdasarkan LPPDK, mendapatkan jumlah kursi terbesar di DPR RI, dengan masing-masing jumlah perolehan kursi di parlemen sebanyak 128 kursi dan 85 kursi. Sedangkan PPP, sebagai partai politik parlemen dengan dana kampanye terendah berdasarkan LPPDK, juga mendapatkan jumlah perolehan kursi terendah di parlemen, yaitu sebanyak 19 kursi. Gambaran tersebut dapat menjelaskan bahwa besaran dana kampanye sedikit banyak dapat berkorelasi positif terhadap peluang terpilihnya calon anggota legislatif. Semakin besar dana kampanye yang dimiliki calon anggota legislatif, maka semakin banyak juga media kampanye yang dapat dilakukan calon legislator, serta dapat menjangkau lebih banyak masyarakat di daerah pemilihannya, sehingga meningkatkan peluangnya untuk terpilih.

Kondisi diatas mencerminkan bahwa biaya politik di Indonesia masih cukup mahal, serta menyiratkan bahwa untuk dapat memenangkan kontestasi sebagai anggota legislatif, dibutuhkan dana yang besar. Oleh karena itu, dibutuhkan alternatif kebijakan serta inovasi dalam hal metode kampanye, untuk dapat mendorong pelaksanaan kampanye pemilu legislatif yang lebih murah, namun efektif dalam menjangkau masyarakat yang ada di masing-masing daerah pemilihan calon anggota legislatif.

## Upaya Mendorong Biaya Kampanye Murah Pada Pemilu Kedepan

Mendorong biaya kampanye yang lebih murah harapannya bisa menjadikan masing-masing calon anggota legislator dapat berkontestasi dengan lebih adil antara calon legislator yang memiliki modal besar dengan yang memiliki modal terbatas. Selain itu, biaya kampanye yang lebih murah harapannya akan menggeser peta persaingan, menjadi persaingan gagasan dan ide yang akan diperjuangkan kedepan setelah mereka terpilih. Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk mendorong biaya kampanye yang lebih murah diantaranya:

**Pertama**, mendorong peningkatan pembiayaan partai politik dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 1 Tahun 2018, setiap partai politik yang memperoleh kursi di DPR RI, berhak memperoleh bantuan sebesar Rp1.000 per suara sah. Bantuan dari APBN tersebut diprioritaskan untuk pendidikan politik, serta operasional partai politik. Dengan nominal tersebut, sebagai contoh, PDIP sebagai partai politik dengan suara terbanyak pada pemilu legislatif 2019 lalu, setidaknya berhak mendapatkan bantuan dari APBN sebesar Rp27 miliar per tahun, atau sekitar Rp135 miliar selama 5 tahun (tabel 2).

“

*Biaya kampanye yang lebih murah diharapkan dapat menjadikan kontestasi antar calon anggota legislator menjadi lebih adil, serta menjadi sarat akan adu gagasan, ide, dan apa yang akan mereka perjuangkan kedepannya.*

**Tabel 2. Estimasi Bantuan APBN bagi Partai Politik Berdasarkan Hasil Pemilu 2019**

No.	Partai Politik	Jumlah Suara Sah	Bantuan per suara	Estimasi Bantuan APBN bagi Partai Politik
1	PKB	13.570.097	Rp1.000	Rp13.570.097.000
2	Gerindra	17.594.839	Rp1.000	Rp17.594.839.000
3	PDIP	27.053.961	Rp1.000	Rp27.053.961.000
4	Golkar	17.229.789	Rp1.000	Rp17.229.789.000
5	Nasdem	12.661.792	Rp1.000	Rp12.661.792.000
6	PKS	11.493.663	Rp1.000	Rp11.493.663.000
7	PPP	6.323.147	Rp1.000	Rp6.323.147.000
8	PAN	9.572.623	Rp1.000	Rp9.572.623.000
9	Demokrat	10.876.057	Rp1.000	Rp10.876.057.000

Sumber: Komisi Pemilihan Umum (2020), PP Nomor 1 Tahun 2018, diolah (2023).

Apabila di asumsikan 100% bantuan partai politik dari APBN tersebut digunakan untuk kegiatan kampanye, maka secara rata-rata jumlah tersebut hanya mampu memenuhi sekitar 36% dana kampanye yang tercatat dalam LPPDK partai politik pada pemilu legislatif tahun 2019 lalu. Padahal, dari jumlah bantuan partai politik dari APBN tersebut, sebagiannya harus dialokasikan untuk pendidikan politik anggotanya, serta operasional partai politik. Artinya, jumlah bantuan bagi partai politik saat ini masih jauh dari kata cukup untuk mendorong biaya politik yang lebih murah, serta yang tidak membebani calon anggota legislatif bagi pemilu kedepannya.

Komisi II DPR RI perlu mendorong Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) untuk mengkaji kembali serta mendorong upaya peningkatan jumlah bantuan partai politik yang bersumber dari APBN. Dengan bantuan partai politik yang lebih besar, kedepannya diharapkan akan meringankan biaya politik yang ditanggung masing-masing calon anggota legislatif, sehingga dapat mendorong persaingan antar calon anggota legislatif yang lebih adil. Namun disisi lain, akuntabilitas dan transparansi terhadap penggunaan bantuan partai politik yang bersumber dari APBN juga perlu di tingkatkan.

**Kedua**, penguatan penggunaan *platform* digital dalam rangka memperkenalkan calon anggota legislatif. Semakin pesatnya penggunaan teknologi di Indonesia yang ditandai dengan semakin meningkatnya indeks literasi digital Indonesia, serta semakin meningkatnya tingkat pendidikan masyarakat, mendorong perlunya peningkatan kualitas kampanye baik yang dilakukan oleh partai politik, penyelenggara pemilu, maupun calon anggota legislatif. Di era digital yang semakin terbuka, masyarakat saat ini tidak hanya cukup disajikan *banner*/spanduk yang memuat nama, nomor urut, serta gambar calon anggota legislatif. Lebih dari itu, masyarakat hendaknya perlu di edukasi untuk mengetahui lebih jauh tentang calon anggota legislatif nya, mulai dari *background* pendidikan, pengalaman, *track record* calon anggota legislatif, hingga visi yang akan dibawa oleh calon anggota legislatif.

Kedepannya, Komisi II DPR RI perlu mendorong KPU RI maupun *stakeholders* pemerintah lainnya untuk mengembangkan suatu sistem maupun aplikasi, baik yang berbasis *web* maupun *mobile apps*, yang berisikan profile lengkap, *track record*, hingga visi calon anggota legislatif dari masing-masing daerah pemilihan calon anggota legislatif. Saat ini, KPU RI hanya memuat daftar calon sementara DPR RI, pada halaman websitenya yang hanya berisikan nama partai dan nama calon anggota legislatif, nomor urut calon legislatif, dapil, serta gambar masing-masing calon anggota legislatif. Namun, masyarakat tidak dapat mengakses informasi mengenai *background*, *track record*, hingga visi calon anggota legislatif tersebut.

KPU RI maupun *stakeholders* terkait lainnya dapat juga berkolaborasi dengan beberapa organisasi *non-profit* yang saat ini telah mengembangkan website terkait *profile* dan *track record* para legislator seperti <https://www.rekamjejak.net/cekprofil>, maupun <https://jariungu.com/>. Selain itu, satuan kerja (satker) yang berada di bawah KPU RI, baik KPU Provinsi maupun Kabupaten/Kota, perlu dikerahkan untuk melakukan sosialisasi dan memperkenalkan masing-masing calon anggota legislatif dari masing-masing dapil pada masing-masing media sosialnya, sebagai bentuk sosialisasi maupun edukasi kepada masyarakat mengenai calon legislator di dapilnya.

Gambar 2. Penggunaan QR Code Pada Banner Kampanye di Thailand



Sumber: Marxist, (2023).

Selain dari penyelenggara pemilu, calon anggota legislatif beserta partai politik juga dapat mendorong inovasi proses kampanye kedepannya. Penggunaan *banner/spanduk* calon anggota legislatif yang disertai QR code, mulai lazim dipergunakan di beberapa negara lainnya dalam proses kampanye mereka. QR code dapat disertakan pada setiap banner/spanduk calon anggota legislatif untuk memudahkan masyarakat mendalami *profile, track record*, maupun visi yang akan dibawa calon anggota legislatif.

Penggunaan QR code juga dapat digunakan sebagai salah satu alternatif *fundraising* yang dilakukan oleh masing-masing calon anggota legislatif. Dengan menampilkan *background* serta *track record* pada laman QR code, masyarakat dapat mendukung calon anggota legislatif tersebut dengan memberikan bantuan pendanaan, maupun membeli *merchandise* yang disediakan oleh calon anggota legislatif. Thailand, yang melakukan pemilu pada tahun 2023 ini telah mulai menggunakan QR code sebagai salah satu alternatif kampanye, serta kegiatan *fundraising* pada masing-masing calon anggota legislatif.

Beberapa alternatif kebijakan serta inovasi dalam kegiatan kampanye tersebut, harapannya dapat menekan tingginya biaya kampanye yang ditanggung oleh masing-masing calon anggota legislatif. Selain itu, dengan penerapan beberapa alternatif kebijakan tersebut juga dapat mendorong meningkatnya kualitas calon anggota legislatif yang terpilih pada pemilu-pemilu kedepannya.

## Referensi

- Indonesia Corruption Watch. (2023). Platform rekamjejak.net. Diakses melalui <https://www.rekamjejak.net/cekprofil>, pada 24 September 2023.
- Komisi Pemilihan Umum. (2020). Penyelenggaraan Pemilu Serentak 2019. Jakarta: Komisi Pemilihan Umum.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2022). Status Literasi Digital di Indonesia 2022. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Marxist. (2023). *Elections in Thailand: monarchy and military junta rejected – but which way forward?*. Diakses melalui <https://www.marxist.com/elections-in-thailand-monarchy-and-military-junta-rejected-but-which-way-forward.htm>, pada 25 September 2023.
- Republik Indonesia. (2018). Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2018 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2009 tentang Bantuan Keuangan Kepada Partai Politik. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.



Pengarah : Dr. Inosentius Samsul, S.H., M.Hum.  
Penanggungjawab : Dr. Ari Muliarta Ginting, S.E., M.S.E.  
Penyusun : Riza Aditya S., Rendy Alvaro, dan Nova Aulia B.