

KONSOLIDASI DAN STRATEGI PEMENANGAN PEMILIHAN PRESIDEN 2019

25

Debora Sanur L.

Abstrak

Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menerima pendaftaran calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) yang akan mengikuti kontestasi Pemilu Presiden (Pilpres) 2019. Pasangan calon (paslon) tersebut ialah paslon Joko Widodo-Ma'ruf Amin serta paslon Prabowo Subianto -Sandiaga Uno. Dengan keberadaan kedua capres dan cawapres tersebut maka kontestasi Pilpres 2019 resmi dimulai. Tulisan ini hendak mengkaji bagaimana konsolidasi yang dilakukan oleh partai pendukung pasangan calon dan bagaimana strategi tim pemenangan pemilihan presiden 2019? Ternyata konsolidasi partai politik (parpol) pendukung serta penggunaan strategi yang tepat merupakan hal yang sangat penting dan menentukan dalam proses pemenangan paslon. Konsolidasi yang kuat dan solid dari para parpol pendukung merupakan kunci kemenangan paslon. Melalui konsolidasi dan strategi pemenangan parpol dapat menggerakkan setiap mesin politik dengan optimal serta menciptakan iklim demokrasi yang sehat. Dengan demikian dalam upaya pemenangan Pilpres 2019 ini konsolidasi dan strategi setiap paslon capres dan cawapres perlu untuk terus dipersiapkan secara optimal.

Pendahuluan

Pemilihan Legislatif (Pileg) dan Pemilihan Presiden (Pilpres) akan dilakukan secara bersamaan pada tanggal 17 April 2019 mendatang. Dalam hal ini, Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menerima pendaftaran seluruh bakal calon legislatif maupun calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) untuk pelaksanaan Pemilihan Umum (pemilu) nasional tersebut. Khususnya untuk Pilpres, pada tanggal 10 Agustus 2018 KPU

telah menerima pendaftaran dua pasangan capres dan cawapres yang akan mengikuti kontestasi Pemilu Presiden (Pilpres) 2019. Pasangan calon (paslon) yang pertama kali mendaftarkan diri ialah Joko Widodo dengan cawapresnya Ma'ruf Amin. Disusul dengan paslon Prabowo Subianto dengan cawapresnya Sandiaga Uno.

Dengan keberadaan kedua paslon capres dan cawapres tersebut maka kontestasi Pilpres 2019 resmi dimulai. Masing-masing paslon



serta partai pendukung juga mulai menyiapkan tim pemenangan untuk menghadapi masa kampanye hingga pemilihan. Setiap partai politik (parpol) juga mulai melakukan konsolidasi dan strategi untuk memenangkan pasangan calonnya.

Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Ketua Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Hendrawan Supratikno bahwa dalam upaya pemenangan paslon Jokowi-Ma'ruf, gabungan partai pendukung akan membentuk tiga formasi tim yaitu tim pemenangan lintas parpol, tim pemenangan di internal parpol, serta tim penghubung dengan relawan. Demikian pula dengan kubu paslon capres Prabowo-Sandiaga, anggota Dewan Pembina Gerindra Fuad Bawazier menyatakan bahwa gabungan partai pendukung capres Prabowo-Sandiaga sedang membahas format tim pemenangan serta bakal calon ketua tim secara intensif (tirto.id, 14 Agustus 2018).

Berdasarkan hal tersebut di atas, tulisan ini hendak mengkaji bagaimana konsolidasi yang dilakukan oleh partai pendukung paslon dan bagaimana strategi tim pemenangan pemilihan presiden 2019?

Konsolidasi Tim Pemenangan Pemilu

Konsolidasi dalam politik merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperkuat serta mempersatukan beberapa kekuatan politik agar menjadi satu kesatuan yang erat dan solid. Terutama dalam menghadapi momentum politik seperti Pilpres 2019 konsolidasi di antara parpol perlu dilakukan untuk memperkuat serta memperteguh kedudukan parpol dalam upaya

pemenangan paslon capres dan cawapres yang diusungnya. Dengan demikian dalam proses konsolidasi, soliditas partai-partai pengusung paslon capres dan cawapres sangat dibutuhkan. Melalui hubungan yang erat dan solid maka masing-masing partai akan melakukan proses penguatan internal menuju berjalannya mesin partai secara optimal. Sementara itu gabungan parpol akan menyatukan persepsi dan memiliki tujuan bersama dalam menghadapi kompetisi Pilpres 2019.

Saat ini, gabungan partai pengusung paslon capres dan cawapres 2019 telah melakukan konsolidasi bagi upaya pemenangan 2019. Pada kubu Jokowi-Ma'ruf telah tersusun kepanitiaan tim kampanye yang merupakan hasil konsolidasi parpol-parpol pendukung paslon tersebut. Menurut Sekjen Partai Nasional Demokrat (NasDem) Jhonny G Plate, struktur tim kampanye pemenangan kubu Jokowi-Ma'ruf akan diisi oleh dewan pengarah dan tim penasihat. Dewan pengarah akan diisi oleh 9 ketua umum dan pengurus partai pendukung paslon Jokowi-Ma'ruf. Sementara itu dewan penasihat terdiri dari tokoh-tokoh nasional. (merdeka.com, 14 Agustus 2018, tribunnews.com, 20 Agustus 2018). Demikian pula pada kubu Prabowo-Sandiaga. Sejak awal pencalonan paslon, para wakil ketua umum 4 (empat) partai pendukung juga telah menyiapkan nama yang diusulkan untuk menjadi ketua tim pemenangan paslon capres dan cawapres Prabowo-Sandiaga. Para wakil ketua umum tersebut juga mengajukan nama kadernya serta tokoh nasional lainnya sebagai ketua tim sukses pemenangan paslon Prabowo-Sandiaga. Ketua

DPP Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Mardani Ali Sera mengatakan bahwa tim pemenangan pasangan Prabowo-Sandiaga akan berasal dari unsur parpol, relawan, serta juga akan melibatkan ulama sebagai pendamping pasangan calon (tribunnews.com, 14 Agustus 2018).

Konsolidasi yang erat dan solid dari para parpol pendukung ini merupakan kunci kemenangan paslon. Terutama pada saat pelaksanaan kampanye, konsolidasi menjadi hal yang sangat penting. Menurut Lock dan Harris (Firmanzah, 2009: 275) kampanye politik terkait erat dengan pembentukan *image* politik. Dengan demikian konsolidasi pada masa kampanye perlu dilakukan secara menyeluruh dari perencanaan, pelaksanaan, *monitoring*, hingga tahap evaluasi.

Tahap perencanaan merupakan bagian yang paling krusial agar kemenangan paslon dapat tercapai. Dalam tahap ini tim pemenangan perlu membuat target (*targeting*) bersama dan memilih salah satu atau beberapa segmen yang akan dibidik untuk mencapai sasaran objektif. *Targeting* ini dilakukan untuk memfokuskan kegiatan kampanye dan isu yang dibuat. Dengan demikian, dalam tahap ini partai pengusung harus betul-betul bekerja dengan memaksimalkan mesin politik partai.

Dalam tahap pelaksanaan tim pemenangan juga perlu melakukan kerjasama yang solid dalam membuat *positioning* yang mengena pada masyarakat. *Positioning* dilakukan dengan cara membuat atribut yang membedakan ia dengan kandidat lainnya. Tim pemenangan paslon perlu menciptakan slogan kampanye, gaya busana dan gaya bicara maupun materi yang

diorasikan untuk memperoleh simpati pemilih. *Positioning* juga dilakukan dengan membuat paslon sebagai sosok mampu mengatasi masalah yang terjadi di masyarakat. Selanjutnya tim pemenangan juga harus mampu melakukan pendekatan melalui isu-isu politik yang berkembang dan informasi seputar kandidat yang ada. Hal ini untuk mendorong agar para pemilih akan menimbang secara rasional untuk membuat pilihan yang akan mendatangkan keuntungan buatnya. Berdasarkan hal tersebut di atas konsolidasi parpol sangat besar perannya karena melalui konsolidasi mesin politik tiap-tiap parpol dapat bekerja maksimal.

Strategi Pemenangan

Secara khusus dalam penguatan konsolidasi, parpol pendukung tentu perlu untuk menciptakan strategi pemenangan bersama. Ada 3 (tiga) jenis strategi yang perlu diperhatikan dan dioptimalisasikan sebagai upaya pemenangan. Menurut Ardial ketiga jenis strategi tersebut ialah (Ardial, 2010: 73-84):

1. Keberadaan pemimpin politik yang memiliki pengaruh dalam proses politik. Hal ini penting karena pemimpin politik dapat menggunakan hubungan-hubungan informal dan personal dalam menggerakkan pengikutnya untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Merawat ketokohan maupun kelembagaan yang akan memiliki pengaruh dan kredibilitas tersendiri dalam masyarakat. Ketokohan dengan kredibilitas ini akan membawa seseorang menjadi komunikator politik yang dapat dipercaya.
3. Menciptakan kebersamaan dalam arti tercipta suasana kebersamaan

(homofilis) seperti persamaan bahasa, persamaan busana serta persamaan kepentingan dengan masyarakat umum.

Keberadaan pimpinan dan ketokohan sebagaimana tersebut di atas merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam tujuan pemenangan pilpres 2019. Dengan kata lain, parpol pendukung perlu menyadari selain hal-hal yang menjadi kekuatan serta kelemahan paslon yang diusungnya, maupun paslon lawan, parpol tim pemenangan juga perlu menyadari pentingnya *image* dari tokoh-tokoh lain yang akan membawa pesan dalam kampanye. Tokoh tersebut keberadaannya penting dan diharapkan mampu menjawab permasalahan yang ada dalam masyarakat. Seperti saat ini isu yang sedang berkembang adalah agama, ekonomi dan kaum muda. Tim pemenangan kedua paslon capres dan cawapres harus mampu menemukan tokoh dan menjawab ketiga kebutuhan masyarakat tersebut.

Selanjutnya ada dua bentuk strategi yang dapat dilakukan dalam pelaksanaan kampanye yaitu strategi ofensif (ekspansi eksternal/ menyerang) dan strategi defensif (intensifikasi internal/bertahan). Menurut Peter Schorder (Indra J.Piliang, 2013: 199), strategi ofensif diterapkan pada saat kampanye pemilu untuk menampilkan perbedaan yang jelas antara paslon dengan paslon pesaing. Strategi ini dilakukan untuk menarik pemilih yang telah ditargetkan. Sementara itu strategi defensif akan terjadi bila dalam kampanye parpol ingin mempertahankan posisi dari serangan pesaingnya.

Dalam upaya pemenangan, kubu Jokowi-Ma'ruf telah menyatakan

bahwa telah terbentuk 10 direktorat dalam tim kampanye Jokowi-Ma'ruf. Direktorat tersebut yakni direktorat Program, Keuangan, Penggalangan dan Jaringan, Hukum dan advokasi, Infokom, Logistik dan APK, Saksi pemilu, Konten kampanye, Penggalangan pemilih muda/milenial, dan Relawan. Menurut Sekjen Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Arsul Sani di bawah 10 (sepuluh) direktorat ini akan ada 34 (tiga puluh empat) koordinator wilayah seluruh Indonesia. Setiap partai juga akan menyiapkan 25 (dua puluh lima) juru bicara kampanye Pilpres 2019 yang dibagi sesuai dengan bidangnya masing-masing. Mereka akan mendapat pelatihan secara profesional sebelum terjun ke lapangan baik untuk bicara *defense* ketika diserang serta *ofense* untuk menyerang (merdeka.com, 14 Agustus 2018).

Sementara itu ketua DPP PKS Mardani Ali Sera mengatakan bahwa tim pemenangan Prabowo-Sandiaga hanya akan memuat 6 direktorat. Meski demikian untuk merancang strategi pemenangan akan ada tim yang membagi peta wilayah berdasarkan ukuran kekuatan (tribunnews.com, 14 Agustus 2018). Wakil Ketua Partai Gerindra Fadli Zon juga mengatakan bahwa kubunya akan mempersiapkan lebih banyak juru kampanye yang bersifat nasional dan memiliki waktu penuh serta akan terbagi ke berbagai tempat pada kabupaten/kota provinsi (liputan6.com, 14 Agustus 2018).

Dengan demikian kedua kubu pemenangan pilpres 2019 telah mempersiapkan strategi dalam pelaksanaan kampanye mendatang. Dalam hal ini masing-masing kubu perlu untuk terus mengoptimalkan strategi ofensif maupun strategi

defensif dalam upaya pemenangan paslon capres dan cawapres yang diusungnya. Melalui strategi defensif tim pemenangan dapat mempertahankan dukungan simpatisan serta perolehan suara pemilu sebelumnya. Sementara itu melalui strategi ofensif tim pemenangan perlu menampilkan keuntungan-keuntungan yang dapat diperoleh pemilih bila mendukung paslonnya. Strategi ini juga yang dapat menarik serta meningkatkan jumlah pendukung baru terhadap paslon dalam masyarakat. Hal tersebut dapat dilakukan salah satunya dengan memberi penawaran baru atau penawaran yang lebih baik bagi pemilih, misalnya terkait hal yang menjadi kebutuhan masyarakat umum.

Penutup

Untuk mencapai kemenangan dalam kontestasi Pilres 2019 diperlukan konsolidasi dan strategi yang tepat dari para tim pemenangan masing-masing paslon capres dan cawapres. Dapat dikatakan bahwa konsolidasi yang kuat dan solid dari para parpol pendukung merupakan kunci kemenangan paslon. Melalui konsolidasi parpol dapat menggerakkan setiap mesin politik dengan optimal serta menciptakan iklim demokrasi yang sehat. Iklim demokrasi yang sehat merupakan ajang pelaksanaan edukasi politik bagi masyarakat.

Sama halnya dengan strategi pemenangan. Strategi bersama setelah konsolidasi juga perlu dilakukan dengan cermat sejak perencanaan hingga pelaksanaan agar tujuan kemenangan dapat tercapai. Parpol pendukung perlu menyadari setiap hal yang menjadi kekuatan serta kelemahan paslon

serta mampu menjawab kebutuhan masyarakat melalui kampanyenya. Dengan demikian dalam upaya pemenangan Pilpres 2019 konsolidasi dan strategi dari setiap paslon capres dan cawapres perlu untuk terus dipersiapkan secara optimal.

Referensi

- Ardial. (2010). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Indeks.
- "Bentuk Tim Pemenangan Kubu Prabowo, Sandi berharap PBB Bergabung", <http://www.tribunnews.com/pilpres-2019/2018/08/14/bentuk-tim-pemenangan-kubu-prabowo-sandi-berharap-pbb-bergabung>, diakses 14 Agustus 2018.
- Firmanzah. (2009). *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor.
- "Ini Struktur Sementara Tim Pemenangan Jokowi-Ma'ruf", <http://www.tribunnews.com/pilpres-2019/2018/08/20/ini-struktur-sementara-tim-pemenangan-jokowi-maruf?page=2>, diakses 20 Agustus 2018.
- J. Piliang, Indra. (2013). *Mengenal Teori-Teori Politik*. Bandung: Nusa Cendikia.
- "JK Bersedia Masuk Dewan Penasehat Tim Kampanye Jokowi-MA", <http://mediaindonesia.com/read/detail/178222-jk-bersedia-masuk-dewan-penasehat-tim-kampanye-jokowi-ma>, diakses 14 Agustus 2018.
- "Kubu Prabowo-Sandiaga Tempatkan Ulama sebagai Pendamping, Bukan Tim Pemenangan di Pilpres", <http://www.tribunnews.com/pilpres-2019/2018/08/14/kubu-prabowo-sandiaga-tempatkan-ulama-sebagai-pendamping-bukan-tim-pemenangan-di-pilpres>, diakses 14 Agustus 2018.

“Membedah Struktur Pemenangan Jokowi di Pilpres 2019”, <https://www.merdeka.com/politik/membedah-struktur-tim-pemenangan-jokowi-di-pilpres-2019.html>, diakses 14 Agustus 2018.

“Prabowo Sandi akan gandeng Rizal Ramli dan Ekonom Kritis di Tim Pemenangan”, <https://www.liputan6.com/pilpres/read/3617915/prabowo-sandi-akan-gandeng-rizal-ramli-dan-ekonom-kritis-di-tim-pemenangan>, diakses 14 Agustus 2018.

“Siapa Ketua Tim Sukses Jokowi dan Prabowo?”, <https://tirto.id/siapa-ketua-tim-sukses-jokowi-dan-prabowo-cRQn>, diakses 14 Agustus 2018.

Sugiarto, et al, “Strategi Pemenangan dalam Pemilihan Kepala Daerah”, *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, Vol. 27, No. 3, tahun 2014, hal. 143-151.



Debora Sanur L.
debora.sanur@dpr.go.id

Debora Sanur L., S.Sos, M.Si., menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Hubungan Internasional Universitas Kristen Indonesia pada tahun 2005 dan pendidikan S2 Ilmu Politik Universitas Indonesia pada tahun 2008. Saat ini menjabat sebagai Peneliti Muda Ilmu Politik dan Pemerintahan Indonesia pada Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. Beberapa karya tulis ilmiah yang telah dipublikasikan melalui buku dan jurnal, antara lain: “Urgensi Membangun Parlemen Modern” (2015), “Upaya Penanggulangan Terorisme ISIS di Indonesia Dalam Melindungi Keamanan Nasional” (2016), dan “Evaluasi Terhadap Pemekaran Daerah dan Potensi Penggabungan Daerah” (2016).

Info Singkat

© 2009, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI
<http://puslit.dpr.go.id>
ISSN 2088-2351

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi tulisan ini tanpa izin penerbit.