



Institusionalisasi Dewan Perwakilan Wilayah Partai Gelora Sumatera Barat sebagai Partai Politik Baru

Irvan Maulana¹, Al Rafni²

Prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Padang

^{1*} irvanmaulanaip@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 11th July 2023

Revised 10th August 2023

Accepted 15th December 2023

Keywords:

Institusionalisasi
Partai Gelora
Sumbar
Pemilu 2024

ABSTRACT

The existence of political parties is an indicator for improving the quality of a democratic country. The Indonesian People's Wave Party (Gelora) is one of the new parties, which is participating in the realm of politics in Indonesia. The institutionalization of a party can be seen through four dimensions as the process of institutionalizing party: the systemic dimension, value identity, autonomy and the public image. Researchers used descriptive qualitative research methods to describe research results in general. The research informants were determined by means of purposive sampling consisting of political party elements and academics or political observers. The results of the study show that the institutionalization process of the regional leadership council Gelora party of West Sumatra has not run optimally. This can be seen from the work program in the form of political activities. The surge party is in a defensive position and indeed does not want to directly engage in political activities in society. Of the four dimensions for measuring political party institutions, the Gelora party is still improving on the systemic dimension and value identity.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. ©2023 by the author(s).



Corresponding Author:

Irvan Maulana
Prodi PPKn Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Padang
irfanmaulanaip@gmail.com

PENDAHULUAN

Partai politik merupakan komponen penting dan menjadi ukuran dalam negara yang demokratis. Hal ini tertuang dalam Pasal 1 ayat 2 UUD 1945 tentang kedaulatan yang berada di tangan rakyat. Lebih lanjut, kebebasan warga untuk berkumpul dan berserikat ini diatur dalam pasal 28 E ayat 3 UUD 1945. Pasca Pemilu 2019, terdapat berbagai partai baru di tengah masyarakat sebagai bentuk penerapan demokrasi di Indonesia. Salah satu Partai tersebut adalah Partai Gelombang Rakyat Indonesia (selanjutnya disebut Partai Gelora). Partai ini baru berdiri tanggal 28 Oktober 2019 dimana sebelumnya merupakan sebuah Organisasi Masyarakat Gerakan Arah Baru Indonesia (Ormas Garbi). Partai Gelora menjadi sebuah partai politik berdasarkan SK Kemenkumham nomor M.HH-11.AH.11.01 Tahun 2020.

Ormas Garbi sendiri pada awalnya terbentuk dilatarbelakangi karena terdapat ketegangan internal pada Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Organisasi berlambang bintang ini dibentuk sebagai reaksi atas kegiatan pimpinan PKS yang dianggap tidak sesuai dengan cita-cita demokrasi. Selain itu, Garbi didirikan untuk menjalankan konsep Arah Baru Indonesia (ABI). Konsep ABI merupakan gagasan dari Anis Matta ketika dia masih menjadi presiden PKS. Di bawah kepemimpinan Anis Matta, gagasan ini kemudian diadopsi sebagai platform politik PKS. Seiring berjalannya waktu, kepengurusan ABI merasa perlu melakukan pelebaran ke dalam ranah politik. Hal tersebut disebabkan gerakan yang dilakukan oleh Garbi fokus pada gerakan pemikiran. Oleh sebab itu diperlukan wadah untuk mewujudkan tujuan organisasi dan menjalankan aksi dengan membentuk partai politik baru yang dilandasi semangat kader (Harahap, 2020.)

Partai Politik merupakan organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, dan negara. Pembentukan partai politik dilakukan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 1 Undang Undang Nomor. 2 Tahun 2011 tentang Partai Politik. Namun, cita-cita yang diinginkan dalam pembentukan partai politik tersebut tidak sejalan dengan fakta yang terjadi di lapangan.

Berdasarkan survei terbaru, kepercayaan publik terhadap partai politik secara keseluruhan masih rendah. Hal ini disebabkan perilaku korupsi yang dilakukan beberapa elite partai politik dan aspirasi rakyat yang belum dapat diakomodir dengan baik. Ditinjau dari perkembangannya, partai politik di Indonesia tampaknya belum berkembang menjadi entitas publik yang memiliki kewajiban kepada para konstituennya. Dalam sejarahnya, partai politik telah menjadi mesin aparatur politik pada Orde Baru, dan alat pelanggaran kekuasaan para pemimpin (*status quo*). Di era reformasi, partai politik seakan heran dengan besarnya tuntutan masyarakat karena tidak memiliki institusi yang kuat (Romli, 2012). Menurut (Syamsuddin, 2014), minimnya integritas parpol dan politisi menjadi dasar lemahnya struktur kepartaian di Indonesia.

Padahal, partai politik juga memiliki tanggung jawab kelembagaan untuk memberikan pendidikan politik kepada masyarakat. Organisasi lainnya yang juga bertanggung jawab seharusnya adalah: pemerintah daerah dan Komisi Pemilihan Umum (KPU). Namun, permasalahannya pada saat ini pendidikan politik bagi masyarakat belum disusun secara sistematis dan parpol besar pun ternyata tidak melaksanakan program yang jelas (Rafni & Suryanef, 2019).

Partai Gelora merupakan salah satu dari partai politik baru di Indonesia. Berdasarkan data KPU memperlihatkan bahwa dari empat parpol baru, tidak ada yang mampu mencapai *parliamentary threshold* yang ditetapkan sebesar 4% pada pemilu 2019. Hal ini disebabkan ketidakmampuan parpol baru dalam melaksanakan komunikasi dan strategi politiknya. Walaupun partai Gelora sendiri sudah memiliki 85% kepengurusan di wilayah Indonesia. Sekjen Partai Gelora mengatakan, partainya menargetkan dapat menuntaskan 100 persen kepengurusan Partai Gelora dengan 400.000 kader. Fokus Partai Gelora yaitu membangun struktur organisasi dari pusat ke daerah sehingga nantinya bisa memenuhi syarat pendaftaran dan verifikasi parpol oleh KPU pada pemilu 2024.

Institusionalisasi atau pelembagaan merupakan proses partai menjadi stabil dalam pola perilaku yang terintegrasi yang tercermin dalam hal sikap dan budaya (Randall & Lars, 2002). Hanya partai politik yang kuat dan terinstitusionalisasi yang menjanjikan pembangunan demokrasi lebih baik (Huntington, 2012). Huntington juga menjelaskan pelembagaan partai politik sebagai proses prosedural yang digunakan untuk mencapai seperangkat cita-cita dan stabilitas. Suatu partai politik dikatakan telah terlembagakan dengan baik apabila telah berhasil mengembangkan dan menginternalisasikan nilai-nilai organisasinya. Selain itu institusionalisasi parpol dapat terjadi apabila terdapat stabilitas internal dalam periode waktu tertentu.

Saat ini KPU telah memulai tahapan menuju Pemilu tahun 2024. Salah satu tahapan yang dilakukan oleh KPU adalah melakukan verifikasi terhadap partai politik. Langkah ini merupakan amanah dari Undang-Undang pemilu. Baik partai lama dan baru wajib mengikuti tahapan verifikasi oleh KPU. Verifikasi yang diikuti oleh partai politik yang telah terdaftar di Kemenkumham. Partai Gelora dalam hal ini dinyatakan lolos untuk menjadi peserta dalam Pemilu tahun 2024.

Partai Gelora sebagai partai baru belum mampu memiliki elektabilitas sejajar dengan partai besar. Namun menurut survei yang dilakukan oleh Litbang Kompas, Partai Gelora merupakan partai baru yang paling banyak dikenal oleh masyarakat diantara partai baru yang lainnya. Adapun partai baru lainnya adalah: Partai Ummat, PADI dan Partai Emas. Partai Gelora baru mampu meraih elektabilitas di kisaran 1,1 % sehingga membuatnya harus giat dalam melancarkan strategi politik. Setiap strategi parpol harus dapat membedakannya dengan partai yang lain (Larasati, 2018). Strategi tersebut tentunya bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Gelora Provinsi Sumbar merupakan salah satu kepengurusan di Indonesia. Saat ini Partai Gelora Sumbar fokus pada pembangunan struktur partai sampai tingkat Dewan Pimpinan Cabang (DPC). Sehingga, untuk pengisian kursi kepengurusan di Provinsi masih hanya penunjukan dari dewan pimpinan nasional. Belum ada Musyawarah Kerja Daerah (Muskerda) yang dilakukan untuk pemilihan ketua karena agenda partai masih fokus mengisi kepengurusan. Sehingga, hal ini menarik untuk diteliti lebih lanjut, yaitu: bagaimana proses institusionalisasi Partai Gelora dan strategi yang dilakukan oleh parpol tersebut di wilayah Sumatra Barat.

METODE

Dalam penelitian tentang institusionalisasi Partai Gelora di Sumbar, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dimana penelitian ini bersifat deskripsi yang artinya memberikan gambaran secara general dan penjelasan yang tepat mengenai masalah yang diteliti. Artinya, penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan pengumpulan bermacam data mengenai institusionalisasi Partai Gelora sebagai partai politik baru. Informan penelitian ditentukan dengan cara *purposive sampling* yang terdiri dari unsur partai politik dan unsur akademisi dan pengamat politik. Penelitian berlokasi

di Kantor DPW Partai Gelora Sumatera Barat. Data penelitian dikumpulkan dengan cara wawancara dan studi dokumentasi, dengan bantuan pedoman wawancara, catatan, dan alat perekam. Data yang telah dikumpulkan kemudian diuji keabsahannya menggunakan Teknik triangulasi sumber. Data dianalisis dengan tahapan: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelembagaan partai politik adalah proses pematapan partai politik baik dalam wujud perilaku dan budaya sehingga menjadi lebih dari sekedar organisasi (Suryana, 2020). Proses institusionalisasi pada partai Gelora, dapat dilihat dari beberapa faktor; *pertama*, latar belakang dari pendirian partai Gelora yang didirikan oleh mantan elite PKS. Hal ini membuat partai ini mudah untuk melakukan pengorganisasian di tengah masyarakat. *Kedua*, faktor visi dan misi. Sebagai partai baru, partai Gelora pada saat penelitian ini belum mampu mewujudkan visi misinya karena belum berhasil menduduki kursi pemerintahan. Namun setidaknya, Partai Gelora sudah melakukan satu misi yaitu mencerdaskan pengetahuan masyarakat melalui program partai Gelora *talks*.



Gambar 1. Pamflet Gelora Talks yang dilaksanakan oleh partai Gelora

Ketiga, program kerja. Penulis melihat program kerja yang dilakukan Partai Gelora masih sangat minim. Hal ini dibuktikan oleh hasil wawancara dengan ketua DPW, bahwa kepengurusan hanya berfokus pada pendaftaran Pemilu 2024. Kegiatan di lapangan hanya bersifat sosial belum berupa kegiatan politik. Hanya ada rapat internal dan Rakorwil yang dilakukan sekali setahun untuk membahas kinerja partai.



Gambar 2. Konsolidasi Partai Gelora DPW Sumbar pada bulan Desember 2021

Selain dari faktor di atas, institusionalisasi partai Gelora juga diukur melalui beberapa dimensi; kesisteman, identitas nilai, otonomi dan citra publik (Randall & Lars, 2002). *Pertama*, dimensi kesisteman. Dimensi ini merupakan persilangan antara aspek internal dan struktural. Dalam dimensi ini dijelaskan mengenai fungsi-fungsi partai politik. Dimensi kesisteman dapat dilihat melalui cara partai dalam mengambil keputusan. Berdasarkan observasi di lapangan, partai Gelora Sumbar menunggu keputusan dari pusat. Sedangkan untuk keputusan yang bersifat daerah maka akan dilakukan musyawarah oleh pengurus inti di daerah. Tidak ada tokoh penentu dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh DPW Partai Gelora Sumbar.

Kedua, dimensi identitas nilai dapat dilihat dari hubungan partai dengan organisasi atau pihak luar. Partai Gelora tidak mempunyai hubungan khusus dengan lembaga lain. Walaupun Islam merupakan jati diri partai, namun partai ini tetap inklusif bagi semua orang dan terbuka untuk umum tanpa memandang agama, ras, etnis dan golongan.

Ketiga, dimensi otonomi dilihat dari cara partai merumuskan kebijakannya. Partai Gelora Sumbar tidak memberikan aktor luar kesempatan untuk ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan. Hal ini dilakukan untuk menjaga otonomi yang mereka klaim. Pembuatan keputusan sesuai dengan AD/ART partai semua dilaksanakan sesuai jenjang kepartaian.

Keempat, dimensi citra publik Partai Gelora terlihat dalam keaktifan di media sosial. Citra publik ini mereka bangun setelah melakukan survei internal untuk mendapatkan gambaran di tengah masyarakat. Partai ini mempunyai citra publik sebagai partai Islam yang terbuka untuk umum. Namun citra ini masih sangat lemah dibandingkan dengan partai besar Islam yang sudah dulu ada di Indonesia.

Dari berbagai dimensi di atas, DPW Partai Gelora Sumbar menunjukkan masih berfokus pada pembentukan sistem organisasi yang baik.

Strategi DPW Partai Gelora Sumbar dalam menghadapi Pemilu 2024

Strategi politik terbagi menjadi dua yaitu; ofensif dan defensif (Schroder, 2008). Strategi ofensif dilakukan dengan memperluas pasar melalui persaingan. Sedangkan strategi defensif dilakukan dengan mempertahankan kekuasaan politik. Strategi sendiri dipakai untuk bisa mendapatkan perhatian dari berbagai kelompok baik yang memilih secara rasional maupun kelompok yang dipengaruhi oleh orang lain.

Secara umum strategi yang dilakukan oleh Partai Gelora dalam menghadapi kontestasi Pemilu 2024 adalah dengan mencukupi semua persyaratan yang diminta oleh KPU, membangun kepengurusan dari pusat sampai kecamatan dan memperkaya sumber daya manusia anggota. Di Sumbar sendiri, hampir seluruh kota dan kabupaten sudah memiliki kepengurusan Partai Gelora. Namun, apabila dilihat berdasarkan teori di atas, maka strategi Partai Gelora dapat dirumuskan sebagai berikut:

Pertama, strategi melayani masyarakat. Partai Gelora menginterpretasikannya dengan wujud kegiatan sosial. Hal ini berdasarkan pendapat para ahli yang melihat bahwa masyarakat akan setia pada pilihannya karena program partai politik yang dipilih bagus dan adanya suatu keuntungan yang bersifat timbal balik (Rahman, 2014). Bentuk pelayanan yang dilakukan partai Gelora dimulai dengan membagikan masker, *hand sanitizer* dan langsung membantu korban bencana alam. Partai Gelora berusaha menarik simpati masyarakat dengan melakukan hal tersebut dan masyarakatpun merasakan kehadiran partai. Pada umumnya masyarakat akan setia memilih pilihan yang memiliki rasa tanggung jawab dan program yang bagus, serta pertimbangan ideologis.

Kedua, strategi kepemimpinan dan kaderisasi. Kepemimpinan parpol erat kaitannya dengan ketokohan yang sangat mempengaruhi pilihan masyarakat untuk menentukan keputusan memilih. Tokoh yang dianggap kredibel, memiliki kemampuan yang memadai dan didukung oleh kepribadian yang baik akan menimbulkan perilaku positif pemilih terhadap tokoh politik. Hal ini tercermin dalam bentuk sikap mendukung dan merekomendasikan orang lain untuk memilihnya. Kepemimpinan yang baik diyakini oleh Partai Gelora bisa menjadi faktor pendorong untuk bisa mendapat simpatik publik. DPW Partai Gelora Sumbar juga telah memberi penanaman pada kadernya untuk bisa menjadi tokoh di tengah masyarakat yang bisa membangun citra partai dan mendulang suara saat kontestasi.

Kepemimpinan tidak mungkin diraih tanpa adanya kaderisasi. Kaderisasi merupakan kebutuhan internal yang harus dilakukan oleh suatu organisasi (Firmanzah, 2007). Melalui kaderisasi akan memunculkan suatu proses pergantian yang tersruktur. Partai Gelora telah membangun kaderisasi melalui platform online maupun offline. Secara lebih sistematis, Partai Gelora juga sudah menyiapkan program Akademi Manusia Indonesia (AMI) dan Akademi Pemimpin Indonesia (API) untuk membekali kader. Keterisian pengurus dan kader akan menjadi strategi yang bisa dimanfaatkan pada Pemilu 2024. Namun, berdasarkan pengamatan peneliti, belum ada pembekalan yang masif yang dilakukan oleh Partai Gelora pada kader-kadernya.

Ketiga, strategi marketing politik. Prinsip-prinsip marketing politik Partai Gelora sudah sedikit berjalan di tengah masyarakat. Konsep marketing politik sendiri digunakan untuk menyukseskan partai politik melalui kampanye program ekonomi dan sosial (Kotler, 1999). Lebih lanjut menurut (Canggara, 2009) pemasaran politik adalah penyampaian program yang dilakukan oleh kepengurusan parpol melalui saluran politik kepada target dan penerima pesan. Hal ini dimaksudkan untuk mempengaruhi wawasan, sikap dan perilaku pemilih nantinya sesuai dengan keinginan partai. Pemasaran politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan oleh sebuah parpol dalam membangun kepercayaan dan citra publik.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, saat ini Partai Gelora tidak terlalu aktif dalam melakukan kegiatan politik. Kegiatan sosialisasi dan mengumpulkan masyarakat belum secara masif dilakukan. Dalam hal ini Partai Gelora melaksanakan prinsip defensif (bertahan). Sementara itu, strategi marketing politik dilakukan dengan menggunakan baliho dan atribut partai, seperti: kaos dan kalender masih sangat sedikit. Hal ini diakui oleh pengurus disebabkan karena dana partai yang masih relatif belum besar.



Gambar 3. Baliho DPW Partai Gelora Provinsi Sumbar

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa: proses institusionalisasi pada DPW Partai Gelora Sumbar masih belum berjalan optimal. Faktor-faktor penting yang berpengaruh terhadap proses institusionalisasi belum terlaksana. Walaupun beberapa misi seperti menambah pengetahuan masyarakat melalui program Gelora *talks* sudah dilakukan. Sedangkan program kerja berupa kegiatan politik masih belum ada sama sekali. Jika dilihat dari dimensi institusional, sistem internal partai DPW masih menunggu arahan dari pimpinan nasional dan tidak terpengaruh dari aktor luar. Pada tahun 2024 ini, terlihat belum ada ormas atau pendukung yang cukup loyal terhadap partai Gelora. Dari segi marketing politik, Partai Gelora juga sudah membangun kesadaran publik melalui pemasangan baliho dan survei internal, walaupun masih sangat minim dan terbatas.

Strategi yang dilakukan oleh DPW Gelora Sumbar terkait kemenangan Pemilu 2024 masih sangat minim. Hal ini disebabkan karena partai tersebut masih berfokus pada persyaratan menjadi peserta pemilu. Aktivitas politik seperti ini dikategorikan sebagai defensif disebabkan partai belum langsung terjun dalam kegiatan politik di tengah masyarakat. Walaupun begitu, Partai Gelora sudah menyiapkan beberapa strategi politik yaitu: strategi melayani masyarakat, kepengurusan dan kaderisasi serta marketing politik. Strategi melayani masyarakat dilaksanakan dalam bentuk kegiatan bakti sosial, sedangkan untuk kaderisasi dan mendapatkan perhatian dari masyarakat dilakukan melalui grup WA. Marketing politik juga masih belum efektif karena atribut partai yang masih terlalu sedikit dan pemanfaatan media sosial yang jarang aktif. Keterbatasan penelitian ini masih melihat aspek institusionalisasi partai Gelora di Sumbar, sementara aspek lain seperti identitas dan ideologi partai masih perlu dianalisis lebih lanjut.

REFERENSI

Canggara, Hafid. (2009). *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*. PT Raja Grafindo.

Firmanzah, P. D. (2007). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Pustaka Obor

Irvan Maulana. Al Rafni. *Institusionalisasi Dewan Perwakilan Wilayah Partai Gelora Sumatera Barat sebagai Partai Politik Baru*

Indonesia.

Harahap, R. O. (2020). Partai Gelora di Sumatera Utara–Asal-Usul dan Perkembangannya (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).

Huntington, S. P. (2012). *The third wave: Democratization in the late 20th century* (Vol. 4). University of Oklahoma Press.

Kotler, P. (1999). *Political Marketing--Generating Effective Candidates, Campaigns, and Cause*. Sage Publications.

Larasati, L., & Suryanef, S. (2018). Strategi Partai Amanat Nasional dalam Memenangkan Pemilihan Umum Legislatif 2019. *Journal of Civic Education*, 1(4), 317-324.

Rafni, A., & Suryanef. (2019). The Development of Election Smart House as a Tool of Political Education Based on Local Wisdom. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 35(1).

Rahman, G. (2014) Orientasi Politik Masyarakat Terhadap Pemilihan Partai Politik Di Kelurahan Melayu Kecamatan Banjarmasin Tengah. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 4(8).

Randall, V., & Lars, S. (2002). Party institutionalization in new democracies. *Party Politics*, 8(1).

Romli, L. (2012). Pelembagaan Partai Politik Era Reformasi. Seminar “Pelembagaan Partai Politik”, diselenggarakan oleh Pusat Studi Pancasila UGM, Yogyakarta.

Schroder, P. (2008). *Strategi Politik; Edisi Revisi untuk Pemilu 2009*. Friedrich-Naumann-Stiftung fur de Freiheit.

Suryana, N., Ardiansyah, A. G., & Manan, F. (2020). Pelembagaan Partai Politik: Studi Pada Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Kota Bandung Tahun 2019. *Jurnal Civic Hukum*, 5(1), 52. <https://doi.org/10.22219/jch.v5i1.10677>

Syamsuddin, H. (2014). *Partai, Pemilu, dan Parlemen Era Reformasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.