

Strategi Partai Gelora sebagai Partai Baru Menuju Pemilu 2024 untuk Memenuhi *Parliamentary Threshold*

Maulida Rita Widyana¹

Diserahkan: 24 Januari 2022 | Diterima: 9 Mei 2022 | Diterbitkan: 14 Juni 2022

Abstrak

Studi ini mengkaji tentang strategi yang digunakan oleh partai baru, yaitu Partai Gelora dalam persiapan menuju pemilihan umum (pemilu) 2024 untuk memenuhi parliamentary threshold. Penelitian ini menggunakan teori Anthony Giddens mengenai struktur dan agency, yang mana penulis menjelaskan tentang hambatan dan pendorong Partai Gelora sebagai agency dalam menangani struktur yang ada. Penulis menempatkan tiga framework analisis, yaitu (1) analisis proyek politik, (2) sumber daya, dan (3) struktur peluang politik. Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data, yaitu data primer dengan melakukan wawancara dan data sekunder dengan studi kepustakaan, yang berupa media online, buku, serta jurnal nasional maupun internasional yang relevan mengenai strategi Partai Gelora dalam mendapatkan basis masa untuk meraih kursi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Partai Gelora memiliki beberapa strategi yang digunakan menuju pemilu 2024. Partai Gelora harus dapat meyakinkan masyarakat apabila partai tersebut

¹ Magister Politik dan Pemerintahan, Universitas Gadjah Mada. Email: maulidaritawidyana@mail.ugm.ac.id

memang layak untuk dipilih dan memiliki pembaharuan dibandingkan dengan partai politik selama ini. Partai Gelora harus berjuang agar mencapai parliamentary threshold dan memiliki basis dukungan masa yang banyak dengan strategi-strategi kolektif.

Kata kunci: *Partai Baru; Partai Gelora; Pemilu 2024; Parliamentary Threshold*

PENDAHULUAN

Partai politik merupakan institusi politik yang berperan penting dalam menghubungkan masyarakat dengan pemerintah. Sebagai aktor *intermediary*, partai politik memiliki fungsi untuk artikulasi dan agregasi kepentingan (Hasan, 1998). Berjalannya fungsi tersebut dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti keinginan dalam menciptakan iklim yang kondusif bagi persatuan dan kesatuan bangsa demi kesejahteraan masyarakat dan penyalur aspirasi politik masyarakat dalam merumuskan dan menetapkan kebijakan negara (Fales, 2018). Namun, eksistensi partai politik menjadi poin utama dan juga merupakan kekuatan besar yang tidak boleh diabaikan ketika ingin menciptakan partai politik yang dikenal masyarakat (Ridoi, 2016).

Status Indonesia sebagai negara demokratis menjadikan partai politik memiliki keleluasaan dalam menjalankan strateginya. Mereka memiliki

“kebebasan” untuk dapat menentukan arah geraknya dengan tujuan melakukan perebutan kursi kekuasaan. Dalam perwujudan tersebut, partai politik memiliki syarat yang harus dilengkapi, yaitu melewati ambang batas parlemen sesuai dengan aturan yang diberlakukan. Hal ini menjadi prasyarat mutlak untuk mengikuti pemilihan umum (pemilu). Ketika prasyarat ini tercapai, maka mereka dapat terlibat dalam penentuan perolehan kursi di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) (Julianda, 2018).

Tidak hanya itu, kodrat Indonesia sebagai negara demokrasi juga memberikan ruang sebebaskan-bebasnya bagi masyarakat untuk berkumpul dan berserikat. Oleh karenanya, tidak mengherankan apabila banyak bermunculan partai politik beserta dengan kontestasi politik yang menyertainya dengan berbagai perbedaan pandangan ideologi yang dianut oleh partai politik yang sesuai dengan harapan masyarakat (Julianda, 2018).

Peluang pembentukan serta akar kontestasi partai politik ini yang melahirkan partai politik baru. Kemunculan partai politik baru bukan menjadi fenomena pertama kali sejak Era Reformasi. Setelah runtuh rezim otoriter pada tahun 1998, salah satu upaya untuk dapat menyambut rezim tersebut adalah dengan adanya pendirian partai politik (Hanafi, 2019).

Munculnya partai politik merupakan aktualisasi dari beragamnya aliran atau pandangan politik yang melatarbelakanginya (Nadhifatul Shofia, 2019). Dengan masuknya partai baru dalam pemilu, maka menimbulkan pada kompetisi pemilu yang membuat ruang persaingan menjadi ketat dikarenakan partai saling memperebutkan pasar pemilih (Hanafi, 2019).

Harmel (1985) melihat bahwasanya kemunculan dari partai baru dibentuk untuk menjawab tantangan-tantangan isu-isu baru. Jadi, partai baru berkaitan dengan pembelahan pada sistem kepartaian. Kemudian, Hino (2006) dalam Lago dan Martinz (2011) menjelaskan terdapat struktur peluang politik melalui aspek institusional dan politik terhadap kemunculan partai baru. Kemudian, partai tersebut akan berhadapan dengan partai lama yang cenderung sudah biasa mempertahankan eksistensinya pada pemilu dibuktikan dengan keberhasilan mereka dalam meraih kursi di parlemen. Dalam hal ini, berbagai kelompok dalam masyarakat memilih untuk menyuarakan aspirasi dan kepentingannya melalui partai politik atau dikatakan sebagai penyaluran kepentingan kolektif (*collective will*) yangmana merepresentasikan kepentingan dari berbagai kelompok dalam masyarakat (Pradjasto, 2007).

Partai politik dibentuk karena ada visi misi, orientasi, nilai-nilai, tujuan, cita-cita, dan keinginan untuk mewujudkan cita-cita tersebut melalui sebuah program yang dilaksanakan dengan cara konstitusional untuk dapat memperoleh kekuasaan politik dan merebut kursi (Budiardjo, 2004). Kemudian, ambang batas parlemen pertama termaktub dalam Undang-Undang menyatakan apabila partai politik peserta pemilu harus memenuhi sekurang-kurangnya 4% suara dari jumlah suara sah secara nasional untuk dapat diikutsertakan dalam penentuan calon perolehan kursi DPR (Firdaus, 2010). Hal ini memberikan pandangan apabila partai politik yang baru saja muncul di ranah publik, ia harus berusaha semaksimal mungkin agar dapat masuk ke *parliamentary treshold* pada Pemilu serentak tahun 2024 akan datang.

Kehadiran Partai Gelora dalam kancah perpolitikan nasional perlu untuk diperhitungkan lantaran didirikan politikus berpengalaman, yang tadinya merupakan kader PKS (Sulistiyono, 2020). Dideklarasikan pada 10 November 2019 dan mendapat pengesahan SK Kemenkumham pada 19 Mei 2020, Partai Gelora dipimpin oleh Anis Matta sebagai Ketua Umum, Fahri Hamzah sebagai Wakil Ketua Umum, dan Mahfuz Sidik sebagai Sekretaris Jenderal yang ketiganya merupakan

politikus senior yang sempat membesarkan nama PKS (Umam, 2020).

Alasan pendirian Partai Gelora adalah membantah semua dikotomi yang menyesatkan yang dibuat dari masa lalu, antara Islam dan nasionalisme (Haryadi, 2019). Dikotomi yang tidak berdasar selama ini harus dihilangkan karena yang Islam tidak ingin disebut sebagai tidak nasionalis dan yang nasionalis tidak ingin disebut sebagai Islam atau tidak religious (Haryadi, 2019). Maka dari itu, dilakukan pembangunan kebangsaan yang dapat menyatukan pandangan tersebut dan Partai Gelora hadir untuk menjawab segala keraguan dan kebuntuan yang menyebabkan kurang percaya diri sebagai bangsa (Bramasta, 2019).

Sebagai partai baru yang belum dikenal oleh masyarakat luas, maka partai berupaya untuk mendapat kepercayaan dari publik dan juga mendapat legitimasi politik (Riqbalb, 2019). Dunia politik yang ketat menuntut partai politik untuk menciptakan identitas yang menjadikannya berbeda dengan partai politik lain. Dengan adanya penciptaan identitas tersebut, agar partai politik lebih dikenal oleh masyarakat dan menjadi sangat diperlukan agar mampu membuat partai politik yang satu dengan yang lain berbeda. Maka dari itu, Partai Gelora perlu menerapkan strateginya

agar mendapat dukungan publik dan juga menduduki *parliamentary threshold* pada pemilu serentak tahun 2024.

Penelitian ini membahas tentang strategi yang dilakukan oleh Partai Gelora dalam persiapan menuju pemilu 2024, dengan menggunakan teori Anthony Giddens mengenai struktur dan *agency*. Pada konteks penelitian ini, partai Gelora sebagai *agency* menempatkan norma, aturan, dan kondisi yang ada, serta makna struktur di sini adalah kehadiran partai politik dapat menjadi hambatan dan keuntungan *agency*. Temuan kami apabila *agency* tidak bertindak secara pasif, tetapi *agency* menyasiasi struktur-struktur yang ada. Artinya, konteks Indonesia sebagai negara demokrasi telah memberikan keuntungan dalam mendirikan partai politik baru sesuai dengan kehendaknya masing-masing dan memberikan peluang atau menempatkan kondisi ini sebagai *agency*. Tetapi, tidak semua struktur *enabling*, tetapi *constraining* karena yang terjadi adalah masyarakat sudah merasa skeptis terhadap partai politik baru karena tidak adanya pembaharuan. Dampaknya, Partai Gelora sebagai *agency* harus menyasiasi kepercayaan masyarakat yang rendah terhadap partai politik.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan masalah yang hendak dijawab pada tulisan ini adalah bagaimana strategi Partai Gelora sebagai partai baru dalam memenuhi *parliamentary threshold* pada pemilu 2024? Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, studi kasus dengan analisis deskriptif, serta teknik pengumpulan data melalui data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara kepada Ketua Partai Gelora (M. Zuhrif Hudaya) dan Sekretaris Jendral (Hasan Sunar) untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Partai Gelora dalam mendapatkan perhatian publik, dukungan massa dari masyarakat, serta sumber daya aktor yang digunakan untuk mendapatkan legitimasi.

Data sekunder diperoleh studi kepustakaan, yang berupa media *online*, buku, serta jurnal nasional maupun internasional yang relevan mengenai strategi partai politik baru dalam mendapatkan basis masa untuk meraih kursi. Pada kerangka analisis, penulis membangun sebuah hipotesis awal mengenai fokus dari penelitian, terutama dalam hal strategi yang dilakukan oleh Partai Gelora dalam memperoleh *parliamentary threshold*. Kemudian, fokus dalam tulisan ini adalah mengenai sumber daya aktor yang digunakan oleh

Partai Gelora dalam memperoleh legitimasi dan memperoleh kursi pada pemilu.

KERANGKA TEORI: AGENCY DAN STRUKTURASI

Giddens (2011) memaparkan teori struktur dan *agency*, apabila struktur tidak disamakan dengan kekangan (*constraint*), tetapi selalu mengekang (*constraining*) dan membebaskan (*enabling*). Dalam hal ini, Indonesia merupakan negara demokrasi sehingga terdapat sistem politik terbuka. Salah satunya dengan membebaskan adanya pendirian partai politik baru. Dalam iklim demokrasi, pendirian partai baru merupakan hak konstitusional setiap warga negara dan harus menghargai juga menghormati hak politik tersebut (Argenti, 2021). Pada dasarnya, dengan kehadiran partai politik baru adalah sebuah kewajaran dalam sistem demokrasi di Indonesia. Bahkan, kehadiran dari partai politik baru menjadi siklus politik selama lima tahunan yang terus berulang. Maka, tidak mengherankan apabila dengan adanya perhelatan akbar pemilu nasional panggung politik diramaikan adanya kehadiran partai politik baru yang juga turut berkompetisi untuk memperebutkan suara dari pemilih.

Paul Lucardie (2000) menyatakan apabila terdapat tantangan dan keberhasilan dari partai baru untuk dapat bersaing kompetisi pada pemilu dengan dikaitkan pada struktur, yaitu *constraining* (mengekang) dan *enabling* (membebaskan) juga Partai Gelora sebagai *agency* dalam menangani permasalahan tersebut. Karenanya, hal ini dapat dilihat pada:

1. Proyek Politik

Proyek politik menurut Paul Lucardie (2000) merupakan sebuah upaya partai dalam menangani masalah-masalah yang mendesak sebagian besar pemilih. Dalam hal ini, Partai Gelora sebagai partai baru menangkal masalah-masalah tersebut menjelang pemilu 2024. Tujuannya agar pemilih memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi sehingga di sini, penulis melakukan kajian mengenai permasalahan yang ada dalam partai politik baru, di antaranya ideologi program partai baru yang dibawa oleh Partai Gelora yang berdasarkan pada nasionalis-agamis, dimana hal ini berbeda dengan partai lama, yaitu PKS. Kemudian, dengan adanya *parliamentary treshold* yang juga menjadikan upaya dari Partai Gelora agar dapat menduduki kursi legislatif pada pemilu 2024. Selanjutnya, yang menjadi tantangan terberat adalah

bagaimana cara Partai Gelora untuk mendapatkan dukungan massa dan mendapatkan kepercayaan publik.

2. Sumber Modal

Menurut Paul Lucardie (2000) sumber modal berkaitan dengan anggota partai, modal yang digunakan oleh partai, manajemen, dan publikasi media massa. Menurut (Haryanto, 2017), sumber daya (*resource*) sebagai modal untuk menjadikan diri berpengaruh di tengah masyarakat, dimana terdapat banyak ragam sumber dayayang dapat dimanfaatkan untuk memperoleh dan mengelola pengaruh. Kemudian, membagi menjadi empat jenis sumber daya, yaitu (a) sumber daya ekonomi yang berkaitan dengan kepentingan aset dan uang, (b) sumber daya sosial mencakup jejaring dengan berbagai pihak, (c) sumber daya kultural mencakup kepemilikan atas sejumlah pengetahuan (*knowledge*), dan (d) sumber daya koersif mencakup kepemilikan instrumen untuk melakukan intimidasi, pemaksaan, bahkan adanya tindak kekerasan fisik.

Kerangka teori yang penulis gunakan menekankan pada aspek sumber daya yang terdiri dari sumber daya ekonomi, sosial, kultural, dan koersif. Dalam sumber daya tersebut, yang menjadi faktor dominan adalah

sumber daya ekonomi yang digunakan oleh Partai Gelora untuk menarik basis massa.

3. Struktur Peluang Politik

Menurut Paul Lucardie (2000), struktur peluang politik berkaitan dengan kondisi kelembagaan, kondisi sosial, ekonomi, dan budaya. Menurut Haboddin (2017), peluang politik terdiri dari memiliki dukungan dengan partai politik, mendapat dukungan dari masyarakat, pemimpin yang memiliki kemampuan komunikasi politik di depan publik, dan memiliki jaringan sosial dengan penguasa lain.

STRATEGI POLITIK

Strategi politik merupakan strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik, misalnya pemberlakuan peraturan baru, pembentukan suatu struktur baru dalam administrasi pemerintah atau dijalankannya program deregulasi, privatisasi atau desentralisasi (Scrooder, 2009). Menurut Scrooder (2009), terdapat sistematikan 10 langkah strategi politik, yaitu:

1. Merumuskan Misi

Perumusan menjabarkan hal apa saja yang perlu direncanakan secara strategi. Hal ini mencakup

tiga elemen mengenai tujuan secara keseluruhan yang menguraikan posisi yang ingin dicapai melalui perencanaan strategi, alasan pentingnya pencapaian tujuan secara keseluruhan, dan kerangka waktu, dimana keseluruhan tujuan harus dicapai. Karenanya, strategi politik misi merupakan persetujuan atau suatu posisi tertentu, partisipasi dalam suatu tugas tertentu, dipilih sebagai kandidat.

2. Penilaian Situasional dan Evaluasi

Analisis situasi dan evaluasi membahas fakta yang dikumpulkan, dikelompokkan ke dalam kekuatan dan kelemahan, serta perkiraan kemungkinan keberhasilan yang terealisasi.

a. Pengumpulan Fakta

Pengumpulan fakta merupakan fakta internal dan fakta eksternal. Fakta internal merupakan fakta yang menyangkut organisasi sendiri, sedangkan fakta eksternal merupakan fakta yang menyangkut para pekerja atau lingkungan yang akan direalisasikan.

b. Mengidentifikasi Kekuatan dan Kelemahan

Fakta-fakta terkumpul secara sistematis digolongkan dan ditimbang berdasarkan kadar relevansi, ukuran, kepentingan, dan urgensi.

c. Analisa Kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan dan kelemahan sudah diketahui, maka keduanya harus dievaluasi. Dalam menganalisis dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan ini harus berdasarkan kepada kejadian yang sudah terjadi, misalnya evaluasi mengenai kelemahan atau kekuatan para pesaing atau lawan dalam strategi politik yang dilakukan dan dengan mengamati lingkungan secara eksternal.

d. Umpan balik

Analisa kekuatan dan kelemahan menunjukkan bahwa ada keuntungan strategis yang jelas sehingga kemenangan dapat diperoleh dan kelemahan dapat dilindungi.

3. Perumusan Sub-Strategi

Penyusunan sub-strategi menjadi hal yang penting. Langkah-langkah dalam penyusunan strategi, yaitu menyusun tugas-tugas, merumuskan strategi, dan mengevaluasi strategi. Apabila penilaian situasional sudah selesai, menjadi jelas sesuatu yang telah dirumuskan akan dijalankan atau masih perlu direvisi.

4. Perumusan Sasaran

Setelah merumuskan sasaran, maka tanggung jawab untuk memindahkan strategi ke unit-unit taktis diimplementasikan melalui pembagian tugas. Karenanya, pendekatan untuk memanfaatkan kekuatan terhadap kelemahan lawan dan untuk memecahkan kelemahan sendiri juga ditetapkan.

5. Target *Image*

Target *image* ditentukan oleh keputusan strategis mengenai perumusan tugas dan pilihan-pilihan yang berkaitan dengan isu, gaya, jenis konfrontasi, dan orang-orang yang diperhitungkan.

6. Kelompok Target

Kelompok target merupakan kelompok masyarakat yang penting dalam pencapaian misi. Kelompok tersebut perlu didekati dalam waktu yang telah ditetapkan.

7. Pesan Kelompok Target

Kelompok target membutuhkan informasi-informasi tertentu berdasarkan keputusan strategis yang telah diambil sebelumnya untuk memungkinkan bereaksi sesuai dengan apa yang telah direncanakan secara strategis.

8. Instrumen-Instrumen Strategis

Instrumen ini disesuaikan dengan kelompok target dan terdapat syarat bahwa kelompok yang dijadikan target telah dikenali terlebih dahulu karena setiap kelompok targetnya hanya diraih melalui pendekatan atau komunikasi tertentu. Pemilihan instrumen ini digunakan untuk menghasilkan keputusan penting yang berhubungan dengan sumber daya untuk mengimplementasikan strategi dan efektivitas kampanye.

9. Implementasi Strategi

Dalam implementasi strategi, faktor manusia dan faktor operasional perlu diperhitungkan. Dalam mengimplementasikan strategi politik, faktor manusia menjadi signifikan untuk tiga aspek, yaitu pimpinan politik, pimpinan partai yang bekerja penuh, dan anggota partai yang bekerja paruh waktu atau sukarelawan.

10. Pengendalian Strategi

Pengendalian strategi terdiri dari dua elemen yang menentukan keberhasilan penerapan suatu strategi. Elemen yang pertama adalah prinsip pengumpulan data intelijen dan perolehan informasi, sedangkan elemen kedua adalah prinsip perlindungan informasi di pihak sendiri.

AWAL MULA MUNCULNYA PARTAI GELORA

Partai Gelora merupakan salah satu partai politik baru yang didirikan oleh Anis Matta pada 28 Oktober 2019, yangmana pengambilan Gelora berdasarkan pada Gelombang Rakyat. Kemunculan Partai Gelora pada ranah publik tidak terlepas dari adanya konflik yang menjerat PKS karena keretakan yang terjadi pada internal PKS sejak lama, setidaknya sejak tahun 2004 hingga 2019 (Riqbalb, 2019). Keretakan tersebut, berawal mulai dari perbedaan pandangan mengenai orientasi partai politik antara Anis Matta dan Hilmi Aminudin, yangmana Anis Matta kurang menyetujui adanya partai politik yang tertutup dan Anis Matta menghendaki PKS sebaiknya menjadi partai yang lebih terbuka agar dapat menyesuaikan diri dengan model demokrasi yang ada di Indonesia (Agung *et.al.*, 2020).

Kemudian, perbedaan pandangan tersebut melahirkan dua kubu yang saling bertentangan, yaitu kubu Keadilan dan Sejahtera. Kubu Keadilan adalah kelompok yang ingin mempertahankan ideologi yang sudah diterapkan sejak awal berdirinya PKS, sedangkan kubu kelompok adalah mereka yang ingin mengubah pandangan PKS menjadi partai yang sifatnya

lebih terbuka. Pada waktu itu, Anis Matta dan Fahri Hamzah mewakili kubu sejahtera (Agung *et.al.*, 2020).

Fenomena perkembangan Partai Gelora, sebenarnya muncul karena pembentukan ormas Gerakan Arah Baru Indonesia (GARBI). Kemudian, pembentukan GARBI muncul untuk menyatukan masyarakat dengan latar etnis, agama, profesi, untuk dapat membangun Indonesia (Harahap, 2020). Selanjutnya, negara Indonesia yang merupakan negara demokrasi harus mempunyai kekuatan politik untuk memperoleh legitimasi secara riil dari rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi, maka legitimasi inilah yang akan menghasilkan kepercayaan kepada rakyat kepada institusi partai politik (Harahap, 2020). Dalam hal ini, pembentukan Partai Gelora menginginkan Indonesia sebagai kekuatan lima besar dunia dalam bidang teknologi, ekonomi, dan militer. Karenanya, dalam mencapai hal itu perlu ada modernisasi dan keterbukaan untuk dapat mencapai tujuan tersebut.

Dengan keinginan pembaharuan tersebut, pada dasarnya mendapatkan penolakan yang keras dari beberapa kader PKS karena lebih baik tetap konsisten untuk menjalankan visi dan misi PKS dengan ideologi partai Islam daripada harus membentuk partai baru (Agung *et.al.*, 2020). Kemudian, ketiadaan wadah bagi

mereka yang menginginkan ideologi perubahan tersebut, membuat sejumlah pengurus PKS mengundurkan diri dan membentuk Partai Gelora tersebut. Meskipun demikian, adanya anggapan bahwasanya Partai Gelora hadir di tengah-tengah ketegangan antara PKS, tetapi hal ini bukan berarti Partai Gelora memiliki konflik dengan PKS.

Salah satu pendiri Partai Gelora, Fahri Hamzah menyatakan jika tujuan didirikannya partai tersebut untuk membantah semua dikotomi yang menyesatkan yang dibuat dari masa lalu, termasuk dikotomi antara Islam dan nasionalisme (Bramasta, 2019). Jadi, dengan adanya dikotomi-dikotomi tersebut yang sebaiknya harus segera dihapuskan,—karena yang Islam tidak mau disebut sebagai tidak nasionalis; yang nasionalis tidak mau disebut dengan Islam atau tidak religius. Atas dasar itu, muncullah pembangunan bangsa yang satu, sebagaimana pokok pemikiran yang dibawa Partai Gelora. Dalam hal ini, tujuan dari pendirian Partai Gelora adalah partai yang hadir sebagai jalan bagi orang-orang Indonesia untuk menjunjung tinggi nilai solidaritas dan rasa nasionalisme untuk memaksimalkan potensi sumber daya manusia yang religius, tetapi memiliki sikap nasionalisme (Harahap, 2020). Dengan cara memaksimalkan potensi yang ada pada

sumber daya manusia yang religius dan nasionalisme yang merupakan tujuan utama dari Partai Gelora.

FAKTOR PENDIRIAN PARTAI GELORA

1. Proyek Politik

Partai Gelora sebagai partai baru menangkul masalah-masalah yang mendesak sebagian besar pemilih. Tujuannya agar pemilih memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap Partai Gelora. Beberapa permasalahannya adalah:

a. Ideologi Program Partai Baru

Anggapan masyarakat bahwa Partai Gelora masih memiliki ideologi yang sama dengan PKS karena anggota Partai Gelora adalah bagian dari mantan PKS, hal ini menyebabkan masyarakat bosan dengan kehadiran partai politik baru karena tidak ada pembaharuan. Oleh karena itu, Partai Gelora harus dapat meyakinkan masyarakat bahwasanya ideologi yang digunakan adalah nasionalisme. Ideologi menjadi sesuatu hal yang sangat penting dikarenakan menjadi pembeda antara satu partai dengan yang lain. Ideologi politik pada dasarnya adalah himpunan nilai, ide, norma, dan keyakinan

yang menjadi dasar untuk menentukan politik seseorang (M. Prakoso Aji, 2020).

Ideologi menjadi hal utama dari partai politik untuk dapat memenangkan sebuah kontestasi Pemilu. Partai Gelora merupakan partai politik yang menganut ideologi nasionalis-religius. Atas dasar itu, Partai Gelora menjadi ideal untuk bebas masuk ke dalam berbagai segmen masyarakat. Partai Gelora perlu menyiasati adanya anggapan mengenai lemahnya ideologi dengan penguatan ideologi pada Partai Gelora. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ketua Partai Gelora wilayah Yogyakarta bahwa:

“Ideologi merupakan salah satu tantangan dari partai politik, mengenai bagaimana membangun ideologi yang jelas dan dapat diterima oleh kalangan masyarakat. Maka, hal ini dibutuhkan adanya komunikasi yang efektif agar masyarakat dapat mengenal partai dan ideologinya dengan adanya pesan-pesan yang bersifat ideologis. Sehingga, hal ini diperlukan adanya kerja sama dari pusat ke cabang agar dapat menyosialisasikan ideologi Partai Gelora kepada masyarakat.” (Wawancara pada 12 Oktober 2021 di Kantor Partai Gelora)

Ideologi partai menjadi hal utama. Oleh karenanya, Partai Gelora harus dapat

mensosialisasikan ideologi yang digunakan agar dapat dimengerti dan dipahami oleh khalayak, yang mana selain mensosialisasikan juga harus menjaga konsistensi ideologi partai politik agar tidak mudah dipengaruhi dan di rusak oleh individu-individu yang tidak bertanggung jawab.

b. Ambang Batas Parlemen (Parliamentary Threshold)

Sebagai peserta pemilu yang baru, maka Partai Gelora juga harus berhadapan pada skema pemilu yang baru. Selain dalam skema pemilu serentak, juga terdapat beberapa perubahan lainnya apabila merefleksikan pada tahun 2014 dan 2019. Bahkan, kemungkinan perubahan juga akan terjadi pada pemilu 2024. Pada pemilu 2019, terdapat perubahan salah satunya ambang batas parlemen sebesar 4% sedangkan pada pemilu 2014 sebesar 3,5%. Ambang batas tersebut memberikan tantangan bagi Partai Gelora untuk dapat menempatkan wakilnya di parlemen nanti. Kemudian, dalam hal alokasi kursi per daerah pemilihan (dapil) tidak mengalami perubahan, yaitu sebanyak 3–10 kursi (Hanafi, 2019). Wawancara dengan Ketua Partai Gelora sebagai berikut.

“Tantangan berat dari Partai Gelora adalah bagaimana cara kami memperoleh ambang batas. Jika melihat pemilu sebelumnya, seperti pemilu serentak 2014 ambang batas sebanyak 3,5% dan pemilu diikuti oleh 12 partai politik nasional dan 3 partai politik lokal Aceh dan hasilnya adalah hanya sebanyak 10 partai politik nasional yang memperoleh kursi legislatif. Kemudian, dari jumlah banyaknya partai tersebut hanya 1 partai yang lolos di parlemen, yaitu Partai Nasdem, akan tetapi kami sangat yakin apabila nantinya Partai Gelora sendiri juga akan lolos di parlemen, mengingat banyaknya masyarakat yang mendukung kami.” (wawancara yang dilakukan pada 12 Oktober 2021 di Kantor Partai Gelora)

Tantangan terberat bagi Partai Gelora sebagai partai baru adalah untuk memenuhi ambang batas parlemen sehingga Partai Gelora harus bekerja keras agar dapat mencapai ambang batas parlemen sebanyak 4%. Sebab, jika melihat pada pemilu-pemilu sebelumnya, tidak ada partai politik baru yang lolos pada ambang batas parlemen. Apalagi, kemunculan Partai Gelora di tengah-tengah pandemi Covid-19.

c. Basis Dukungan Massa

Basis dari dukungan partai merupakan salah satu tantangan utama dalam Partai Gelora. Hal ini

berkaitan dengan aspek konteks elektoral terkait dengan siapa pemilih partai (*voter*). Tantangan bagi Partai Gelora adalah bagaimana cara menjangkau massa dengan berhadapan pada partai lama ataupun basis massa pada PKS. Dalam hal ini, dapat diungkapkan apabila kehadiran dari Partai Gelora sebagai partai baru adalah bentuk dari ketidakpuasan mekanisme tradisional yang dijalankan oleh partai lama dan birokratisasi mereka. Dampak dari hal ini adalah pandangan positif pada Partai Gelora dari warga yang aktif, muda, dan berpendidikan. Hal ini, akan membangun basis massa dengan adanya interaksi dengan basis-basis pemilih (Hanafi, 2019). Zuhri, selaku ketua Partai Gelora DIY berpendapat serupa bahwa:

“Tantangan utama dalam partai baru adalah mencari basis dukungan partai. Memang masih banyak masyarakat yang belum mengetahui Partai Gelora, tetapi kami mencoba memperkenalkan kepada masyarakat, bahkan juga melalui media sosial. Sehingga, dengan memperkenalkan terlebih dahulu kepada masyarakat, akan menjadikan masyarakat menjadi tertarik kepada kami. Kan visi misi sesuai dengan cita-cita anak muda, masa iya tidak ada yang tertarik.” (wawancara pada 12 Oktober 2021 di Kantor Partai Gelora)

Basis dukungan massa merupakan tantangan besar pula bagi Partai Gelora, tetapi Partai Gelora memiliki terobosan-terobosan lain agar memiliki basis massa yang banyak dengan melakukan promosi melalui media sosial yang menjadi inovasi utama dilakukan. Pada dasarnya, Partai Gelora lebih banyak mencari massa dari generasi milenial karena menurut Gelora, anak muda sebagai pemilih pemula memiliki visi yang sama dengan Partai Gelora.

2. Sumber Daya

a. Modal

Aktor memerlukan sumber daya (*resources*) sebagai modal untuk dapat beraktivitas mendapatkan dukungan masyarakat. Kemudian, terdapat banyak ragam sumber daya yang dapat digunakan untuk memperoleh dan mengelola pengaruh. Dalam kajian *power*, *welfare*, dan *democracy* (PWD) pada (Haryanto, 2017), terdapat empat sumber daya yang digunakan sebagai berikut.

1) Sumber Daya Ekonomi

Sumber daya ekonomi yang terkait dengan kepemilikan aset dan uang menjadi hal yang sangat penting digunakan dalam menjalankan mesin politik

oleh aktor-aktor. Dalam mempersiapkan dan menghadapi kontestasi, perlu adanya sumber daya ekonomi atau dana politik yang tidak sedikit. Hal utamayang harus dilakukan oleh partai politik adalah dalam hal kampanye, terutama pada Partai Gelora sendiri mengenai bagaimana cara untuk menarik simpati masyarakat dan juga memperkenalkan kepada masyarakat bahwa terdapat partai baru. Maka dari itu, aktor-aktor ekonomi sangatlah diperlukan dalam partai politik.

“Partai Gelora mendapatkan pendanaan dari anggota partai yang memiliki pertambangan dan perkebunan atau mereka yang memiliki bisnis. Selanjutnya dalam sumber daya ekonomi ini, Partai Gelora menarik simpati masyarakat dengan berbagai cara, yaitu dengan adanya pembinaan UMKM dan memiliki platform yang dibawah langsung sebagai agen pembentuk UMKM, game, dan olahraga. Kami mewadahi masyarakat, terutama anak muda agar aspirasi mereka dapat diwujudkan. Sumber daya ekonomi ini memang yang paling sangat dibutuhkan karena apabila tidak adanya sumber daya ekonomi, maka akan menjadi kesulitan dalam memperoleh suara dari rakyat.”
(Wawancara yang dilakukan pada 12 Oktober 2021 di Kantor Partai Gelora)

Pendapat tersebut menjelaskan bahwa sumber daya ekonomi menjadi faktor dominan dalam Partai Gelora untuk dapat menarik simpati masyarakat. Kemudian, dalam memperoleh sumber daya ekonomi tersebut, Partai Gelora mendapatkan pendanaan dari internal partai, yaitu anggota Partai Gelora yang pengusaha, seperti memiliki pertambangan, perkebunan, dan lain-lain.

2) Sumber Daya Sosial

Sumber daya sosial terdiri dari relasi-relasi yang digunakan oleh Partai Gelora dalam mempersiapkan Pemilu 2024. Beberapa bentuk sumber daya sosial berkaitan dengan internal partai dan eksternal partai dan kekuatan pengaruh dari masyarakat. Jaringan yang dimaksud di sini adalah relasi dengan masyarakat dan orang-orang berpengaruh yang dapat mendukung Partai Gelora untuk memperoleh empati dari masyarakat dan memiliki peluang yang besar. Selain relasi yang dilakukan oleh masyarakat sekitar, terdapat pula relasi yang dilakukan pada internal partai dan para petinggi partai. Hal ini, dibuktikan dengan hasil wawancara sebagai berikut.

“Sumber daya sosial yang dilakukan adalah adanya relasi antar partai internal maupun eksternal. Pada pendekatan struktural atau relasi

antar partai internal ini, dilakukan melalui DPM, DPW, DPD, DPC, atau antar Partai Gelora yang menjalin relasi antar wilayah. Kemudian, dengan tokoh-tokoh ormas dari pusat hingga daerah, yangmana nantinya tokoh-tokoh ormas tersebut akan melakukan sosialisasi atau mengenalkan kepada masyarakat mengenai Partai Gelora dengan tujuan mencari massa atau memperoleh dukungan.”
(Wawancara yang dilakukan pada 12 Oktober 2021 di Kantor Partai Gelora)

Kutipan wawancara tersebut menjelaskan bahwa dalam mencari massa, sumber daya sosial yang digunakan oleh Partai Gelora dilakukan melalui internal maupun eksternal partai politik. Pada internal partai, dilakukan dengan menjalin relasi dari Provinsi, Kabupaten/Kota, Kecamatan, dan Kelurahan, sedangkan eksternal partai politik dilakukan melalui ormas, misalnya dengan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM), dan lain-lain. Kemudian, Partai Gelora juga mengajak kekuatan masyarakat untuk ikut turut serta menyumbangkan pemikiran sehingga Partai Gelora merasa yakin akan masuk ke *parliamentary threshold* pada pemilu 2024.

3) Sumber Daya Kultural

Sumber daya kultural menjelaskan tentang keseluruhan kualifikasi intelektual yang diproduksi untuk dapat menampakkan diri di depan masyarakat, yakni pengetahuan dan keahlian. Karenanya, sumber daya kultural ini menjadikan perbedaan yang dimiliki ke dalam arena pertarungan. Berbagai sumber daya kultural yang dilakukan dalam meraih massa dengan didukung beberapa cara yang dilakukan oleh Partai Gelora (khususnya, di Yogyakarta merupakan strategi yang digunakan oleh Partai Gelora dalam memperoleh *resource*. Berikut wawancaranya.

“Sumber daya kultural yang dimiliki adalah kepemilikan dalam hal pengetahuan, misalnya citra agama dengan membuka rumah baca Al-Qur’an yang dikhususkan kepada semua masyarakat. Kemudian, apabila di Jogja sendiri, kami biasanya memberikan tempat kepada masyarakat apabila mereka ingin menggelar acara bisa menggunakan pendopo atau joglo, nah pendekatan ini digunakan untuk menarik simpati rakyat dan sebagai bentuk dari persetujuan Sri Sultan karena ibarat suara Sultan adalah suara Tuhan, hal ini menunjukkan apabila Partai Gelora mendapat persetujuan dari Sultan.” (Wawancara pada 12 Oktober 2021 di Kantor Partai Gelora)

Wawancara tersebut memberikan pengertian bahwa basis kultural menjadi hal utama yang dibangun oleh Partai Gelora untuk dapat memperoleh massa sehingga pendapat pengakuan dari masyarakat luas. Dengan cara memberikan tempat kepada masyarakat ketika menggelar acara dan membuka rumah baca Al-Qur'an, maka merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh Partai Gelora dalam bidang kultural.

4) Sumber Daya Koersif

Sumber daya koersif merupakan sumber daya yang digunakan untuk memperoleh *resource* dengan cara melakukan kepemilikan instrumen untuk melakukan intimidasi, pemaksaan, bahkan tindak kekerasan fisik (Haryanto, 2017). Hal ini, sama sekali tidak dilakukan oleh Partai Gelora untuk mencari massa, seperti wawancara berikut ini.

“Kami sama sekali tidak menggunakan hal-hal seperti itu dalam pencarian massa, untuk apa kami melakukan hal tersebut apabila ada hal-hal lain yang dapat kami lakukan. Dengan cara pemaksaan tersebut malah nantinya tidak akan diterima oleh masyarakat.” (wawancara pada 12 Oktober 2021 di Kantor Partai Gelora)

Kesimpulan dari adanya perolehan sumber daya tersebut, Partai Gelora menggunakan dominasi dari segi sumber daya ekonomi, sosial, dan kultural dalam mencari massa. Dengan ketiga sumber daya tersebut, dirasa akan mengantarkan Partai Gelora dalam memperoleh ambang batas *parliamentary threshold* sebanyak 4%. Sebab, hal ini lebih diterima oleh masyarakat luas. Kemudian, Partai Gelora sama sekali tidak menggunakan sumber daya koersif dalam memperoleh *resources* karena justru hal tersebut akan merugikan bagi Partai Gelora sendiri.

b. Sistem Rekrutmen Partai Gelora

Sistem rekrutmen atau kaderisasi menjadi hal utama dalam menentukan tingkat kualitas dari partai politik. Berbagai partai politik menunjukkan bahwa pola kaderisasi masih lemah dan memprihatinkan (M. Prakoso Aji, 2020). Pada dasarnya, mudahnya setiap kader untuk melakukan perpindahan dan juga tingkat penerimaan partai yang terbuka, ini menyiratkan akan adanya kegagalan partai dalam menanamkan ideologi terhadap kadernya dan juga adanya disfungsi antara pola kaderisasi dan sistem rekrutmen partai (M. Prakoso Aji, 2020). Hasilnya menunjukkan jika partai politik tidak melakukan kaderisasi terhadap kader-kader yang handal,

melainkan menjadi agenda penyedia tiket bagi posisi-posisi publik (Prasetya, 2011).

Pada kenyataannya, sistem kaderisasi yang berjalan tidak tersistematis dan berkelanjutan. Hal ini dibuktikan dengan praktik lapangan yang menyatakan bahwa pembinaan kader hanya dilakukan menjelang pemilu. Bahkan, kader yang dibina tidak dijamin bisa mendapat nomor urut kecil pada surat suara (M. Prakoso Aji, 2020). Kader yang sudah berkiprah dalam dunia politik pun bisa saja disalip oleh kader dari partai lain yang baru bergabung dikarenakan adanya alasan tertentu, yakni adanya modal yang lebih besar daripada kader binaan partai.

Sistem yang terjadi seperti ini mengakibatkan sentimen negatif masyarakat terhadap partai politik semakin meningkat. Kini, partai politik tidak lagi mengutamakan kader yang telah melalui perjuangan yang keras, tetapi secara instan merekrut kader yang telah terbentuk (M. Prakoso Aji, 2020). Lalu, hal ini menimbulkan Partai Gelora sebagai *agency* menangani sentimen negatif masyarakat terhadap partai politik. Partai Gelora membuka seluas-luasnya pendaftaran anggota partai melalui website resmi. Terdapat dua macam keanggotaan yang dipilih,

yaitu anggota atau relawan, hanya dengan mengisi formulir *online* yang disiapkan dan meng-*upload* kartu identitas serta mencentang satu persyaratan bahwa belum terdaftar sebagai anggota partai lain (Kaslam, 2020).

Prinsip umum rekrutmen anggota pada Partai Gelora adalah asas keterbukaan dan tidak membatasi siapa saja yang bergabung. Fungsi rekrutmen pada Partai Gelora yang dijalankan dengan benar, dapat menjadi faktor pendorong bagi praktik demokrasi bagi negara Indonesia. Dalam hal ini, Partai Gelora sudah memberikan fasilitas mengenai program *Member Get Member* (MGM) dan *Member Get Family* (MGF) sehingga kader Partai Gelora perlu melakukan terobosan dan inovasi dalam menjaring anggota melalui berbagai kegiatan yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan lingkungan masing-masing (Panca Hidayad, 2020).

Selanjutnya, Partai Gelora melakukan rekrutmen anggota dengan menjalankan program ASIAB Gelora (Ajak Siapapun Bergabung Gelora). Partai Gelora tidak hanya sekadar merekrut, tetapi juga melakukan kegiatan simpatik dan empatik untuk dapat menyemangati masyarakat dengan berbagai harapan (Partaigelora.id, 2020). Tetapi di sisi lain,

pola kaderisasi yang terjadi juga merekrut kader yang memiliki uang dan popularitas. Pada titik ini, praktik oligarki semakin terlihat. Dengan kaderisasi tersebut juga merupakan strategi Partai Gelora dalam perekonomian. Hal ini menjadi sebuah tantangan besar bagi Partai Gelora untuk dapat menangkal permasalahan tersebut agar anggapan masyarakat tidak selalu negatif, seperti wawancara dengan Ketua Partai Gelora, berikut.

“Kami melakukan perekrutan secara terbuka dan mengutamakan pada generasi milenial. Perekrutan yang kami lakukan dengan memberikan fasilitas mengenai MGM, MGF, dan ASIAB. Maka dari itu, mengajak sebanyak-banyaknya orang untuk bergabung dan dibekali dengan materi kegeloraan dan Arah Baru Indonesia.” (Wawancara pada 12 Oktober 2021 di Kantor Partai Gelora)

Wawancara tersebut menjelaskan tentang perekrutan yang dilakukan oleh Partai Gelora dengan adanya MGM, MGF, dan ASIAB. Di setiap wilayah, Partai Gelora melakukan perekrutan sebanyak-banyaknya agar banyak yang bergabung. Karenanya, Partai Gelora harus cermat dalam menentukan orang-orang yang bergabung. Fenomena selama ini menunjukkan adanya tren untuk menjadikan partai sebagai batu loncatan atau memiliki kepentingan

pribadi yang tidak sesuai dengan ideologi partai. Pada dasarnya, kader yang baik adalah mereka yang mau memperjuangkan nasib rakyat.

c. Strategi Komunikasi melalui Publikasi Media

Pandemi Covid-19 membatasi aktivitas gerak dan kerumunan massal sehingga Partai Gelora harus berjuang keras agar dapat dikenal secara luas oleh masyarakat. Publikasi melalui media merupakan salah satu cara yang digunakan oleh Partai Gelora. Program *podcast* dan webinar sebagai media pendidikan politik. Dengan peralatan modern yang digunakan, Partai Gelora mendirikan adanya studio mini dan juga radio Gelora untuk menjadi sarana dalam pendidikan politik bagi masyarakat. Hal ini sebenarnya menjadi sebuah solusi yang digunakan untuk menyosialisasikan partai agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Terdapat beberapa program yang dilakukan oleh Partai Gelora dengan pendidikan politik karena sebenarnya partai politik harus menjadi garda terdepan dalam membina masyarakat mengenai pendidikan politik. Melalui adanya *podcast* dan juga webinar dari Partai Gelora, diharapkan mampu untuk menunjang pendidikan politik bagi

masyarakat mengenai pentingnya nilai maupun norma politik dalam bernegara. Karenanya, dengan adanya media masa merupakan sarana efektif yang digunakan oleh Partai Gelora dalam mendongkrak elektabilitas dalam kancah perpolitikan nasional. Hal ini menunjukkan apabila kampanye politik pada masa sekarang ini tidak bisa terlepas dari perkembangan teknologi dan informasi.

Pentingnya Partai Gelora menggunakan media masa untuk kampanyenya dikarenakan dapat memberikan pesan-pesan politiknya terhadap audiens dan memberikan pengaruh yang relatif besar dalam memperoleh simpatik rakyat (Fahrian, 2014).

Hal ini juga menyebabkan pesan dari partai pun didengar oleh khalayak umum, meskipun bersifat sementara.

3. Struktur Peluang Politik

Terdapat peluang politik yang besar bagi Partai Gelora karena Partai Gelora memiliki kekuatan untuk merebut basis suara dari PKS. Tetapi, partai baru memang akan sulit untuk dapat memperoleh *parliamentary threshold*. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang No. 7 tentang Pemilu, yang mana ambang batas parlementer sebanyak

4%. Maka dari itu, peluang politik menjadi keuntungan dari Partai Gelora. Menurut Haboddin (2017), peluang politik terdiri dari memiliki dukungan dengan partai politik, mendapat dukungan dari masyarakat, pemimpin yang memiliki kemampuan komunikasi politik di depan publik, dan memiliki jaringan sosial dengan penguasa lain.

Berikut hasil wawancara dengan Ketua Partai Gelora Yogyakarta

“Faktor-faktor peluang politik pada Partai gelora itu sudah ada ketika kami akan membentuk partai politik. Partai Gelora sudah memiliki popularitas dan elektabilitas tertinggi di antara partai-partai baru dikarenakan tingkat pengenalan partai tersebut kepada publik dilakukan secara terstruktur, sistematis, dan masif.” (Wawancara pada 12 Oktober 2021 di Kantor Partai Gelora)

Faktor peluang politik juga menjadikan hal utama bagi Partai Gelora. Dengan keyakinan Partai Gelora, yakni kekuatan dari Partai Gelora salah satunya dikarenakan adanya pemimpin yang sudah terjun dalam dunia politik sejak lama untuk dapat mengorganisir anggotanya. Kemudian, pembentukan Partai Gelora ini juga sebenarnya mendapatkan reaksi positif dari masyarakat dan mereka meyakini bahwa dengan

kemunculan Partai Gelora, maka akan mengaspirasikan kepentingan yang diinginkan oleh negara Indonesia.

Dalam tujuannya untuk menarik massa, maka aktor dari Partai Gelora haruslah sangat memperhatikan pada faktor peluang politik. Reputasi dan popularitas pada anggota Partai Gelora menjadi indikator utama untuk menarik masyarakat. Dengan memiliki reputasi yang baik, maka aktor tersebut menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk menentukan pilihannya. Kemudian, reputasi juga berkaitan dengan popularitas. Dari popularitas yang tinggi diharapkan dapat menggalang suara yang tinggi pula (Ramadhani, 2020). Hal ini juga dirasakan oleh Partai Gelora karena anggotanya adalah mereka yang sudah lama menduduki politik.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Partai Gelora merupakan salah satu partai politik yang terbentuk pada tahun 2019 dikarenakan adanya perbedaan pendapat dengan PKS. Sebagai partai baru, Partai Gelora harus bekerja keras agar memperoleh basis massa yang banyak dan mencapai ambang batas parlemen, terutama bagaimana cara Partai Gelora menyiasati anggapan negatif dari masyarakat mengenai pembentukan dari partai politik

baru. Masyarakat memang sudah merasa bosan dengan adanya partai politik baru dikarenakan partai politik hanya mementingkan kepentingannya tanpa memedulikan aspirasi dari masyarakat.

Terdapat beberapa hambatan dan dorongan bagi Partai Gelora untuk mempersiapkan Pemilu 2024. Partai Gelora sebagai *agency* harus menyasiasi hambatan dari Partai Gelora. Kemudian dalam menganalisis, penulis menggunakan indikator mengenai proyek politik, sumber daya, dan struktur peluang politik. Pada proyek politik, tulisan ini membahas tentang masalah-masalah yang mendesak pemilih. Analisis terfokus tentang hambatan dari Partai Gelora, yang terdiri dari ideologi program partai baru, partai politik oligarki, ambang batas parlemen, dan basis dukungan massa.

Selanjutnya, mengenai sumber daya yang terdiri dari sumber daya sosial, ekonomi, dan koersif. Sumber daya sosial, ekonomi, dan kultural menjadi faktor pendorong utama dari Partai Gelora untuk mencapai *parliamentary threshold*. Kemudian, peneliti juga menekankan tentang rekrutmen atau kaderisasi dari Partai Gelora, dimana dilakukan rekrutmen secara terbuka asalkan sesuai dengan visi dari Partai Gelora. Partai juga Gelora menggunakan media sosial dalam mencari massa dikarenakan terbentuk di masa pandemi

ini sehingga menyebabkan Partai Gelora harus berjuang agar dikenal oleh masyarakat.

Kemudian, dalam mempersiapkan Partai Gelora menuju pemilu 2024, terdapat peluang politik yang dilakukan oleh Partai Gelora. Salah satunya, dikarenakan anggota dari Partai Gelora merupakan mantan PKS yang sudah lama ada dalam dunia politik, maka popularitas juga menjadi salah satu indikator utama pada keyakinan Partai Gelora untuk dapat mencapai ambang batas parlemen.

REFERENSI

- Hizkia; -, Bandiyah; Mahaswari Jayanthi Mertha, Anak Agung Sagung Mirah. Metamorfosis Gerakan Arah Baru Indonesia Menjadi Partai Gelombang Rakyat Indonesia Di Provinsi Bali. *Jurnal Nawala Politika*, [S.l.], v.1, n.2, jan. 2021. ISSN 2827-9131. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/politika/article/view/69119>
- Bramasta, D. B. (2019). Partai Gelora dan Rencana Panjang Fahri Hamzah. *Kompas.com*. <https://www.kompas.com/tren/read/2019/11/13/073000765/partai-gelora-dan-rencana-panjang-fahri-hamzah?page=all>.

- Fahrian, F. (2014). Media Televisi Sebagai Basis Komunikasi Politik Partai Nasional Demokrat (Studi Penelitian Terhadap DPP Partai Nasdem. *Journal of Politic and Government Studies*; Vol 6, No 03, Hal 1-18 <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/16594>
- Fales, S. (2018). Fungsi Partai Politik dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Ditinjau dari Hukum Positif. *Jurnal Pemerintahan dan Politik Islam*. Vol 3, No 2. <http://dx.doi.org/10.29300/imr.v3i2.2152>
- Firdaus, S. U. (2010). Relevansi Parliamentary Threshold terhadap Pelaksanaan Pemilu yang Demokratis. *Jurnal Konstitusi*. vol 8, No 2. <https://doi.org/10.31078/jk%25x>
- Hanafi, R. I. (2019). Kemunculan dan Tantangan Partai Politik Baru pada Pemilu 2019. *Jurnal Penelitian Politik*. Vol. 15 No. 2. <https://doi.org/10.14203/jpp.v15i2.761>
- Harahap, R. O. (2020). *Partai Gelora di Sumatera Utara—Asal-Usul dan Perkembangannya*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Jurusan Ilmu Politik. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/27353>

- Haryadi, M. (2019). Penjelasan Fahri Hamzah Soal Alasan Berdirinya Partai Gelora dan Sindiran untuk PKS. *Tribunnews.com*. <https://www.tribunnews.com/nasional/2019/11/13/penjelasan-fahri-hamzah-soal-alasan-berdirinya-partai-gelora-dan-sindiran-untuk-pks>.
- Hasan, M. (2000). Eksistensi Partai Politik Era Orde Baru. Project Report. Fakultas Ilmu Sosial UNP, Padang. <http://repository.unp.ac.id/id/eprint/33000>
- Julianda, A. (2018). "Parliamentary Threshold" dan Parpol Baru Peserta Pemilu. *News.detik.com*. <https://news.detik.com/kolom/d-3977292/parliamentary-threshold-dan-parpol-baru-peserta-pemilu>.
- Kaslam, K. S. (2020). Strategi Komunikasi Politik Partai Gelora Sulawesi Selatan di Masa Pandemi Covid-19. Volume 3, Nomor 2, Desember 2020 (118-132) ISSN (Print): 2087-3360 (Online): 2714-7657. <https://doi.org/10.24252/vp.v3i2.18346>
- Aji, M. P., & Indrawan, J. (2020). HAMBATAN DAN TANTANGAN PARTAI POLITIK: PERSIAPAN MENUJU PEMILIHAN UMUM 2024. *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 8(2), 214-229. Retrieved from <http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/wasathiya/article/view/4235>

- Shofia, N., & Alamsyafi, M. Z. (2019). EKSISTENSI PARTAI POLITIK DI INDONESIA MASA PRA DAN PASCA KEMERDEKAAN. *MIMBAR YUSTITIA*, 3(1), 60-74.
- Hidhayad, P. (2020). Banyak Cara Merekrut Anggota. *Partaigelora.id*. <https://www.partaigelora.id/banyak-cara-merekrut-anggota/>
- Partaigelora.id. (2020). Manfaatkan Mobilisasi Digital, Jumlah Anggota Partai Gelora Semakin Tumbuh Pesat. *Partaigelora.id*. <https://www.partaigelora.id/tag/rekrutmen-anggota/>
- Salie, & Winurti , D. . (2020). PERGESERAN PERAN IDEOLOGI DALAM PARTAI POLITIK. *Wacana: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Interdisiplin*, 7(2), 141–151. Retrieved from <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/Jwcn/article/view/3215>
- Ramadhani, D. (2020). *Modal Caleg Perempuan dan Politik Patriarki dalam Pemilihan Umum di Indonesia: Keterwakilan Perempuan pada Pemilu 2019 di Kabupaten Sleman*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 10, No. 1. <https://doi.org/10.15575/jispo.v10i1.7237>

- Ridoi, M. (2016). *Kekuatan Figur Dalam Partai Politik (Studi Terhadap Abdurrahman Wahid di Partai Kebangkitan Bangsa)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/40522>
- Bhayangkara, R. I. (2019). *Komunikasi Pemasaran Politik Partai Politik Baru di Indonesia (Studi Komunikasi Pemasaran Politik Partai Dengan Identitas Kepemudaan Pada Partai Solidaritas Indonesia)* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Sulistiyono, S. T. (2020). Kehadiran Partai Gelora Dinilai Bakal Menggerus Suara PKS. *Tribunnews.com*. <https://www.tribunnews.com/nasional/2020/05/22/kehadiran-partai-gelora-dinilai-bakal-menggerus-suara-pks>.
- Umam, C. (2020). Alasan Anis Matta Dirikan Partai Gelora. *Tribunnews.com*. <https://www.tribunnews.com/nasional/2020/08/20/alasan-anis-matta-dirikan-partai-gelora>.