

BAB III

STRATEGI PEMENANGAN ANIES BASWEDAN-SANDIAGA UNO DALAM PEMILIHAN UMUM GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR DKI JAKARTA TAHUN 2017

Pada bab ini, peneliti akan menyajikan temuan penelitian di lapangan. Temuan yang ada dan ditemukan di lapangan dijelaskan dan dianalisis untuk mendapatkan hasil dari penelitian. Supaya dapat menjawab masalah dengan detail dan jelas, peneliti akan membagi pembahasan yang terbagi dalam beberapa sub-bab, yaitu :

1. Identitas informan ;
2. Strategi Pemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno;
3. Faktor-Faktor dan Analisis Penyebab Kemenangan Anies Baswedan-Sandiaga Uno.

3.1 Identitas Informan

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* atau pengambilan dengan sengaja untuk memperoleh informan kunci, yaitu orang yang mengetahui dengan baik, benar, dan terpercaya untuk memilih dan menentukan informan sebagai sumber pencarian data penelitian. Sebelum peneliti menguraikan rumusan masalah, peneliti akan menguraikan identitas informan yang terdiri atas ; *Pertama*, Mardani Ali Sera, Ketua Tim Pemenangan Anies Baswedan-Sandiaga

Uno sekaligus Ketua DPP PKS. Mardani Ali Sera pada awalnya akan dicalonkan oleh Gerindra dan PKS sebagai calon wakil gubernur mendampingi Sandiaga Uno yang menjadi calon gubernur. Namun, dinamika politik yang terjadi membuat hal itu tidak terlaksana dan posisi yang bersangkutan menjabat sebagai Ketua Tim Pemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno.

Kedua, Brigjen TNI (Purn) Anwar Ende, S.IP, Wakil Sekretaris Jenderal DPP Partai Gerindra sekaligus Dewan Pengarah Tim Pemenangan. Ia sebagai salah satu kader Partai Gerindra yang masuk dan bergabung bersama dalam tim kemenangan bersama PKS di Pilkada DKI Jakarta 2017.

Ketiga, Gunawan Hartono, peneliti sekaligus pengamat politik dari Populi Center yang sejak awal membuat survei elektabilitas pasangan calon pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Argumentasi dari pengamat politik diharapkan dapat memperbanyak sudut pandang mengenai kemenangan Anies Baswedan-Sandiaga Uno di Pilkada DKI Jakarta 2017.

Keempat, dengan beberapa masyarakat di DKI Jakarta khususnya di wilayah Jakarta Selatan dimana di wilayah ini pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno mendapatkan presentase perolehan suara terbesar dibandingkan dengan wilayah lain di Provinsi DKI Jakarta. Masyarakat tersebut diantaranya Siti Fauziah, Nugroho, Budiman Andi, dan Ahmad Kholis. Ketiganya telah menggunakan hak pilihnya di Pilkada DKI Jakarta 2017 dan memilih pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno dengan berbagai alasan yang berbeda. Oleh

karena itu nantinya dapat diambil kesimpulan faktor apa saja yang mempengaruhi kemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno.

Kelima, Rahmad Santoso, relawan dari tim pemenangan Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat di wilayah Jakarta Selatan dimana wilayah tersebut menjadi wilayah dengan presentase kekalahan terbesar Basuki dan Djarot pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Rahmad Santoso akan menjelaskan hal apa saja yang menghambat kemenangan Ahok-Djarot serta strategi apa yang sudah dilakukan selama Pilkada DKI Jakarta 2017 untuk melawan pasangan Anies-Sandi.

3.2 Kemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno

Pilkada DKI Jakarta 2017 adalah rangkaian dari pelaksanaan Pilkada Serentak 2017 yang dilaksanakan di 101 daerah di seluruh Indonesia. Pilkada DKI Jakarta 2017 menjadi menarik karena petahana yang mempunyai tingkat kepuasan tinggi dan elektabilitas tinggi kalah oleh penantang yang hanya didukung oleh dua partai politik saja, yaitu Gerindra dan PKS. Seluruh media massa nasional pun meliput pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta dengan sangat masif mengalahkan 100 daerah lain yang juga sedang melaksanakan Pilkada, sehingga sejumlah pihak menyatakan bahwa ini Pilkada DKI Jakarta serasa Pilpres, sedangkan Pilpres tahun 2019 sendiri baru akan dilaksanakan dua tahun berikutnya. Pada bab ini, penulis akan merekonstruksi Pilkada DKI Jakarta 2017 dan kemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno menjadi beberapa tahapan, dimulai dari Pra-Pilkada, Pilkada, dan Pasca Pilkada.

3.2.1 Tahapan Pra Pilkada

KPU Provinsi DKI Jakarta resmi membuka pendaftaran bagi pasangan calon selama tiga hari pada tanggal 21-23 September 2017. Hari pertama pendaftaran, 21 September 2016, pasangan Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat resmi mendaftarkan diri ke KPU Provinsi DKI Jakarta yang diusung oleh PDI-P, Golkar, Hanura dan PPP. Hari kedua, tercatat tidak ada pasangan calon yang mendaftar. Pada hari terakhir pendaftaran, terdapat dua pasangan calon yang mendaftar ke KPU Provinsi DKI Jakarta, yaitu Agus Harimurti Yudhoyono dan Sylviana Murni yang diusung Demokrat, PKB dan PAN. Pasangan terakhir yang mendaftar adalah Anies Rasyid Baswedan dan Sandiaga Salahudin Uno yang diusung Gerindra dan PKS.

Pada 26 Oktober 2016, KPU Provinsi DKI Jakarta resmi menetapkan tiga pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta periode 2017-2022. Gerindra dan PKS yang sejak 2014 menjadi partai diluar pemerintah kembali berkoalisi di Pilkada DKI Jakarta 2017 dengan mengusung mantan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Kabinet Kerja Presiden Joko Widodo, yaitu Anies Baswedan sebagai calon gubernur dan menggandeng Sandiaga Uno, seorang pengusaha muda sukses sekaligus kader Gerindra sebagai calon wakil gubernur.

3.2.2 Pelaksanaan Pilkada : Kampanye Tim Pemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno

Tim Pemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno melaksanakan kampanye dengan empat metode. *Pertama*, kampanye *face to face* dengan turun

langsung ke masyarakat. Sebab masyarakat ingin berinteraksi langsung dengan figur yang akan mereka pilih. Dalam sehari, Anies Baswedan turun dan mengunjungi masyarakat di 7-8 titik wilayah setiap hari. Sedangkan Sandiaga Uno hingga 10-12 titik perharinya. *Kedua*, kampanye melalui sosial media. Jakarta sebagai kota pusat media sosial nasional dengan akses sosial media yang tinggi menjadi sasaran Tim Pemenangan untuk menyebarkan visi, misi dan program kerja kepada *netizen*. Sifat media sosial yang cepat dan mudah diakses membuat kampanye di media sosial menjadi penting. *Ketiga*, melalui kampanye konvensional seperti debat yang dilaksanakan oleh KPU Provinsi DKI Jakarta, pemberitaan di media massa dan media cetak. Keempat, melaksanakan kampanye terbuka dengan mendirikan panggung di tempat terbuka sehingga seluruh relawan dan tim pemenangan dapat berkumpul menjadi satu. Kampanye terbuka juga dihadiri oleh Ketua Umum Partai Gerindra, Prabowo Subianto dan Ketua Umum Partai Keadilan Sejahtera, Sohibul Iman. Fungsi kampanye terbuka ini adalah untuk menyampaikan visi misi pasangan calon dengan terbuka dan pengarahan dari Ketua Tim Pemenangan guna membuat solid kembali seluruh anggota tim pemenangan di akar rumput demi memenangkan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno.

Relawan menjadi komponen yang dikedepankan dalam kampanye. Sebab, relawan dapat menambah basis baru melalui pendekatan di komunitas anak muda dan perempuan. Sedangkan partai berfungsi menjaga basis massa yang sudah ada. Namun, tingkat komando dipimpin oleh partai, sebab partai mempunyai struktur

hingga tingkat kelurahan yang baik dan rapi. Pada tingkat akar rumput, relawan dan kader partai dapat berkolaborasi dengan baik.

“Di tingkat bawah, kita *ngadain* rembug *reboan*, yaitu pertemuan tiap rabu malam yang basisnya tiap RW yang berisi 7 elemen pemenangan yaitu ada Gerindra, PKS, Relawan Anies, Relawan Sandi, Relawan Bang Boy Sadikin, Relawan Keumatan, dan Relawan Perempuan. Kami kerjasama dengan baik dan kompak”³⁶.

Pemetaan wilayah berdasarkan basis kelurahan dilakukan untuk menganalisis seluruh wilayah yang menjadi potensi basis kemenangan dan basis kekalahan dimana jumlah kelurahan di DKI Jakarta sebanyak 267 kelurahan. Penanda basis dilakukan dengan warna. Warna hijau menandakan basis Anies dan Sandi, warna merah menandakan basis Basuki dan Djarot dan warna kuning menunjukkan *battlefield* atau daerah yang cenderungimbang dan masih dapat untuk dimenangkan.

Dinamika Pilkada DKI Jakarta 2017 tidak lepas dengan masifnya aksi massa dari umat Islam yang merasa tersinggung dengan ucapan petahana, Basuki Tjahaja Purnama yang dituding menista agama dalam dengan mengutip sebuah ayat di Al-Quran pada pertemuan dengan nelayan di Kepulauan Seribu, 30 September 2016. Basuki kemudian dilaporkan oleh beberapa organisasi masyarakat Islam dengan tuduhan penistaan agama. Respon dari ucapan Basuki yang dianggap menista agama membuat banyak kelompok umat Islam melaksanakan aksi menuntut Basuki menjadi tersangka. Aksi pertama dilaksanakan pada 4 November 2016 yang diinisiasi oleh FPI, GNPF-MUI dan organisasi massa Islam lainnya. Aksi tersebut terus berlangsung sepanjang masa

³⁶ Wawancara dengan Mardani Ali Sera, 23 Januari 2019.

kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 dengan ciri khas menggunakan tanggal pelaksanaan sebagai penanda nama aksi. Aksi terbesar terjadi pada 2 Desember 2016 di Monumen Nasional, Jakarta Pusat yang dihadiri ratusan ribu orang. Pada 16 November 2016, Polda Metro Jaya menetapkan Basuki sebagai tersangka penistaan agama. Penetapan tersangka yang menimpa Basuki tidak menyurutkan aksi massa. Tercatat, pada kampanye di awal tahun 2017 hingga putaran kedua, terdapat 4 aksi massa Islam yang tuntutanannya tidak berubah yaitu memenjarakan Basuki.

Tidak dipungkiri, aksi massa yang terus terjadi sepanjang masa kampanye yang berisi sentiment SARA turut menguntungkan pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno. Narasi yang dikembangkan dalam setiap aksi selain untuk memenjarakan Basuki adalah adanya perintah untuk memilih pemimpin seiman.

“Aksi 212 dan aksi massa lain setelahnya, turut menyumbangkan keuntungan bagi paslon nomor 3 ya menurut saya. Pasca aksi 212 pun masjid-masjid di Jakarta banyak sekali diisi oleh penceramah yang isinya ajakan untuk tidak memilih Basuki dan secara implisit untuk mendukung Anies-Sandi. Itu nyata.”³⁷

Namun, ditegaskan bahwa narasi yang berisi sentimen SARA pada aksi massa umat Islam bukan menjadi agenda dan cara berkampanye dari Tim Pemenangan untuk meraup suara demi kemenangan.

“Aksi Bela Islam itu bukan aksi dari kami loh ya. Itu murni aspirasi dari umat Islam kok. Itu menjadi respon akibat Ahok menyinggung Al Maidah 51”³⁸

³⁷ Wawancara dengan Gunawan Hartono, peneliti dan pengamat politik dari Populi Center di Kantor Populi Center, Jakarta Barat pada 14 Januari 2019 Pukul 13.00

³⁸ Wawancara dengan Anwar Ende, 16 Januari 2019.

Ketua Tim Pemenangan, Mardani Ali Sera juga menegaskan bahwa aksi bela Islam tersebut bukan bagian dari kampanye politik Anies Baswedan dan Sandiaga Uno, tetapi murni dari aspirasi umat Islam. Tidak ada komando dan campur tangan dari partai.

“Secara struktural partai tidak ikut campur ya. PKS dan Gerindra komitmen untuk menjadikan aksi tersebut sesuai dengan mekanisme KPU dan Bawaslu. Tetapi, kader yang mau ikut ya tidak kami larang. Aksi itu sangat signifikan menguntungkan untuk Anies Sandi walau kami tidak mengendalikan dan tidak terlibat apa apa.”

Kemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno tidak dapat dilepaskan dari maraknya aksi massa bernuansa SARA yang didalamnya berisi kampanye politik untuk memilih pasangan nomor urut 3 tersebut, baik secara implisit maupun eksplisit. Selain aksi massa, kampanye politik di rumah ibadah juga terjadi sepanjang masa kampanye. Hal ini turut menyumbang perolehan suara pasangan Anies dan Sandi.

3.3.3 Pasca Pilkada

DKI Jakarta sebagai wilayah desentralisasi asimetris membuat pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta berbeda dengan Pilkada di daerah lain. Undang-Undang Kekhususan Nomor 29 Tahun 2007 yang mengatur kekhususan DKI Jakarta sebagai ibu kota Negara Kesatuan Republik Indonesia berimplikasi pada keterpilihan gubernur dan wakil gubernur yang harus mencapai 50%+1 suara sah.

Pilkada DKI Jakarta 2017 dilaksanakan dua putaran akibat pada putaran pertama tidak ada pasangan calon yang memperoleh suara diatas 50%. Putaran pertama dilaksanakan pada 15 Februari 2017. Pada putaran pertama, Anies

Baswedan dan Sandiaga Uno menempati urutan kedua dengan presentase kemenangan 39,97% tepat dibawah petahana yang memperoleh 42,96%. Pasangan Agus Harimurti Yudhoyono dan Silvyana Murni berada di urutan ketiga dengan perolehan 17,06%. Pasangan Basuki dan Djarot unggul di wilayah Jakarta Barat, Jakarta Utara dan Jakarta Pusat. Sedangkan Anies dan Sandi unggul di Jakarta Timur dan Jakarta Utara.

Tabel 3.1 Hasil Perolehan Suara Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Pertama

No	Wilayah Administrasi	Pasangan Calon					
		Perolehan Suara					
		Agus Yuhoyono dan Silvyana Murni		Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat		Anies Rasyid Baswedan dan Sandiaga Uno	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%
1.	Jakarta Pusat	101.524	17,8 %	244.581	43%	222.933	39.2%
2.	Jakarta Timur	309.293	19,4 %	617.621	38,8%	664.296	41,7%
3.	Jakarta Utara	141.836	16,5%	415.633	48,4%	301.077	35,1%
4.	Jakarta Selatan	177.543	14,8%	462.246	38,7%	556.890	46,5%
5.	Jakarta Barat	202.374	16,1%	610.172	48,6%	443.483	35,3%
6.	Kepulauan Seribu	3.891	27,2%	5.532	38,8%	4.851	34,0%
Jumlah		936.461	17,06%	2.357.785	42,96%	2.193.530	39,97%

Sumber : Jurnal Pilkada DKI Jakarta 2017 oleh KPU DKI Jakarta

Putaran kedua dilaksanakan pada 19 April 2017 yang diikuti oleh pasangan Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat serta Anies Baswedan dan Sandiaga Uno. Hasilnya, Anies Baswedan dan Sandiaga Uno unggul di seluruh wilayah DKI Jakarta.

Tabel 3.2 Hasil Perolehan Suara Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Kedua

No	Wilayah	Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Hidayat	Presentase Perolehan Suara	Anies Rasyid Baswedan dan Sandiaga Salahudin Uno	Presentase Perolehan Suara
	Jakarta Pusat	243.574	42,3%	332.803	57,7%
2	Jakarta Timur	612.630	38,2%	992.946	61,8%
3	Jakarta Barat	611.801	47,2%	685.079	52,8%
4	Jakarta Utara	418.096	47,3%	466.568	52,7%
5	Jakarta Selatan	459.753	37,9%	754.140	62,1%
6	Kepulauan Seribu	5.391	38%	8.796	62%
	Total Suara	2.351.245	42,05%	3.240.332	57,95%

Dari sajian tabel diatas, dapat dilihat bahwa perolehan suara pasangan Basuki dan Djarot cenderung stagnan dibandingkan dengan putaran pertama, bahkan sedikit turun. Sedangkan pasangan Anies dan Sandi mendapatkan kenaikan suara sangat signifikan yang kemungkinan besar berasal dari pemilih Agus dan Silvy. Presentase kemenangan terbesar berada di wilayah Jakarta Selatan dengan kemenangan 62,1%. Wilayah yang menjadi basis suara petahana yaitu Jakarta Utara dan Jakarta Barat juga dapat dimenangkan oleh Anies dan Sandi.

3.3 Faktor-Faktor Pendukung yang Mempengaruhi Kemenangan

3.3.1 Faktor Umum

Dalam bagian ini akan diuraikan faktor umum yang mempengaruhi kemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno dalam Pilkada DKI Jakarta. Faktor umum

merupakan variabel yang umum terjadi di setiap wilayah ketika penyelenggaraan Pemilihan Umum yang mempengaruhi kemenangan pasangan calon.

3.3.1.1 Resistensi Masyarakat Terhadap Calon Petahana

Kemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 erat kaitannya dengan persepsi masyarakat yang kurang baik dengan calon petahana, khususnya Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok. Beberapa masyarakat menilai sikap dan perilaku Ahok cenderung arogan dan kasar selama menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta.

“Saya nggak milih Ahok sih mas, soalnya gimana ya, arogan, apalagi kalo kita liat di Youtube ya pas lagi rapat. Saya kira kurang elok aja masa pejabat tiap hari marah marah terus”³⁹

Sejumlah lembaga survei nasional menyebutkan bahwa tingkat kepuasan public dengan kinerja petahana selama menjabat terhitung tinggi, mencapai 73%. Masyarakat mengakui bahwa kinerja dari petahana baik dan mereka merasa puas. Tetapi, tingkat kepuasan itu tidak mendorong masyarakat untuk memilih petahana kembali karena menilai kepribadian Ahok yang suka marah-marah dan cenderung kasar.

“Saya tuh selama kepemimpinan Ahok ya cukup puas sebenenarnya, tapi saya nggak suka cara dia yang suka marah marah itu. Ya kurang etis, kalau marah sekali dua kali gapapa ya, tapi kalau keseringan itu dilihat ga enak. Ya gimana, milih kan dari kecocokan hati juga. Hati saya ga cocok walau kerja dia keren”⁴⁰

³⁹ Wawancara dengan Nugroho, warga Kelurahan Pondok Labu, Kecamatan Cilandak, Jakarta Selatan, 21 Januari 2019

⁴⁰ Wawancara dengan Siti Fauziah, warga Kelurahan Lebak Bulus, 22 Januari 2019

Sikap arogan yang lekat dengan kepribadian Ahok menjadi batu sandungan bagi pemilih untuk memilihnya kembali. Kepuasan publik yang tinggi tidak dapat mendorong masyarakat untuk dapat memilihnya kembali. Sikap arogan yang menjadi ingatan masyarakat adalah ketika Ahok memarahi seorang ibu yang sedang mengadu tentang Kartu Jakarta Pintar di Balai Kota Jakarta yang tidak bisa dicairkan dalam bentuk tunai. Dalam kejadian tersebut, Ahok memarahi ibu tersebut dan menuduh sang ibu dengan kata *maling*. Masyarakat merespon peristiwa tersebut dengan respon negatif sebab tidak selayaknya seorang pejabat public memaki-maki warga yang sedang mengadu ke pemerintah atas dasar ketidaktahuan, apalagi ia seorang ibu-ibu.

Resistensi petahana akibat sikapnya yang arogan memberi sebuah penjelasan bahwa komunikasi politik seorang pejabat public menjadi hal yang penting. Kinerja yang baik harus ditunjang dengan komunikasi politik yang baik karena masyarakat menilai pejabat public tidak hanya dari hasil kerja, namun juga sikap dan perilaku.

“Ahok itu kurang menjaga komunikasi politiknya. Sebagai pejabat public harusnya dia bisa jaga lisan. Kepuasan yang tinggi tidak mendorong masyarakat untuk memilih dia kembali salah satu alasan terbesarnya adalah komunikasi politik yang buruk”⁴¹

Hal kedua yang menjadi resistensi masyarakat terhadap petahana adalah petahana dianggap tidak pro terhadap rakyat kecil. Penggusuran secara paksa menjadi sorotan utama mengapa petahana dianggap tidak pro rakyat kecil. Selama masa kepemimpinan Ahok, kerap kali dilakukan penggusuran secara paksa seperti

⁴¹ Wawancara dengan Gunawan Hartono, 16 Januari 2019

di Bukit Duri, Jakarta Selatan untuk normalisasi Sungai Ciliwung dan Pasar Ikan Penjaringan, Jakarta Utara yang merupakan bagian dari proyek *National Capital Integrated Coastal Development* (NCID), yaitu megaprojek reklamasi untuk memperluas wilayah daratan Jakarta yang berisi kawasan bisnis terpadu dan perumahan dan pembangunan tanggul besar di Teluk Jakarta yang berfungsi sebagai penahan rob.

Tercatat, menurut data dari Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta, pada masa pemerintahan Ahok terjadi 193 kali pengusuran di seluruh titik di Jakarta selama tahun 2016. Sebagai ibukota negara, pengusuran memang harus dilakukan untuk merapikan tata kota dan menghilangkan wilayah kumuh. Namun, pengusuran yang dilakukan memiliki beberapa masalah berkepanjangan. Pertama, seringkali tidak adanya pemberitahuan dan audiensi dengan warga terdampak. Hal ini menyebabkan warga kurang diberi waktu untuk mempersiapkan diri akan kemana mereka setelah digusur. Kedua, kompensasi pasca pengusuran tidak sebanding. Pemberian kompensasi berupa rumah susun menjadi permasalahan baru akibat jarak yang terlalu jauh dengan tempat warga bekerja dan perlunya membayar iuran bulanan yang justru memberatkan.

“Saya dulu warga Pasar Ikan Penjaringan mas. Waktu rumah saya digusur, saya diberi kompensasi rusun di Rawa Bebek. Jauh banget sama tempat saya kerja yang dekat rumah dulu. Habis itu, disuruh bayar bulanan rusun listrik, air. Saya kira gratis kan. Berat mas kalo ada bulanan buat saya yang kerja serabutan. Makanya sekarang saya numpang aja di rumah sodara di Cilandak”⁴²

Persoalan pengusuran ini dianggap tidak manusiawi. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan Ahok tidak memahami apa yang sebenarnya menjadi keluhan

⁴² Wawancara dengan Ahmad Kholis, warga Pasar Ikan, Penjaringan, Jakarta Utara

dan kebutuhan warga terdampak pasca penggusuran. Sehingga, warga terdampak penggusuran lebih sering dianggap sebagai korban. Banyak dari warga terdampak penggusuran yang terpaksa membangun rumah dari seng dan kayu di atas tanah yang sudah rata akibat digusur. Hal itu dilakukan sebab mereka tidak punya sejumlah uang untuk membayar biaya bulanan rumah susun dan uang transportasi untuk bekerja akibat jarak yang menjadi jauh. Penggusuran sebagai upaya untuk menata kualitas tata kota pun tidak berjalan seiring dengan peningkatan kualitas hidup manusia yang terdampak. Artinya, pada masa pemerintahan Ahok, kurang ada solusi dari kebijakan penggusuran sebagai upaya menata kota yang justru merugikan warga yang terdampak. Sehingga, Ahok sering disebut Gubernur Tukang Gusur.

3.3.1.2 Adanya Praktik Politik Uang yang Dilakukan oleh Petahana

Hal yang menyebabkan petahana memiliki resistensi yang cukup besar adalah adanya aksi bagi-bagi sembako yang dilakukan oleh tim sukses pasangan Ahok dan Djarot dimasa tenang kampanye. Hal ini termasuk dalam praktik politik uang. politik uang adalah semua tindakan yang dilakukan oleh seseorang dengan sengaja ,modus yang ada biasanya dengan memberti , menjanjikan uang atau materi lainnya, kepada seseorang agar menggunakan hak pilihnya dengan cara tertentu atau untuk mempengaruhi seseorang untuk tidak menggunakan hak pilihnya untuk memilih calon tertentu⁴³. Pembagian sembako ini dituding sebagai praktik politik uang karena dalam pelaksanaannya, modusnya berupa kegiatan

⁴³ Nur Hidayat Sardini, *Mekanisme Penyelesaian Pelanggaran Kode Etik Penyelenggara Pemilu*, Jakarta : LP2AB, 2015, hlm 175

pasar murah namun dengan harga jual yang tidak masuk akal serta dalam kemasan sembako terdapat stiker berupa nomor dan foto pasangan calon petahana.

“Iya waktu itu daerah sini warga sini dapet sembako murah. Tapi murahnya murah banget mas. Harga 20.000 bisa dijual cuman 5.000 doang. Terus yang bagi-bagi itu timmesnya Ahok soalnya pake baju kotak kotak terus ada stikernya⁴⁴”

Pembagian sembako pada masa tenang ini diduga membuat masyarakat menjadi antipati dengan petahana. Sebab, praktik pembagian sembako murah yang dilakukan di masa tenang melunturkan citra Ahok dan Djarot yang dikenal sebagai pasangan calon yang bersih dan anti korupsi. Praktik ini pun diyakini cukup merendahkan masyarakat sebagai pemilih yang rasional karena menganggap suara mereka dapat dibeli dengan sembako.

“Pembagian sembako yang masif terjadi itu nyata. Itu dilakukan di masa tenang dan cukup merata diseluruh wilayah Jakarta. Hal ini membuat persepsi masyarakat terhadap Ahok Djarot yang dicitrakan sebagai pribadi yang anti korupsi menjadi hilang. Ditambah, pemilih di Jakarta bisa dikatakan rasional sehingga mereka cukup tersinggung dengan praktik tersebut⁴⁵”

Menurut data dari Bawaslu Provinsi DKI Jakarta, setidaknya terdapat tiga lokasi penyimpanan sembako yang sudah ditemukan oleh Bawaslu DKI Jakarta, yaitu di Ciracas, Cakung dan Pulogadung yang seluruhnya berada di wilayah Jakarta Timur⁴⁶. Sembako tersebut rencananya akan dibagikan ke beberapa wilayah di Jakarta selama masa tenang dengan modus menjual dengan harga sangat murah dengan diberi identitas pasangan calon Ahok dan Djarot berupa

⁴⁴ Wawancara dengan Siti Fauziah, 22 Januari 2019

⁴⁵ Wawancara dengan Gunawan Hartono, 16 Januari 2019

⁴⁶ Dokumen Rekap Pelanggaran Pilkada DKI Jakarta 2017 dari Bawaslu Provinsi DKI Jakarta

stiker. Pembagian sembako ini tidak berfokus pada wilayah tertentu, namun hampir terjadi di semua wilayah Kota di Jakarta dan bersifat acak.

Tabel 3.1 Data Pembagian Sembako oleh Pasangan Calon Nomor Urut Dua

No.	Uraian Kejadian	Lokasi	Rekomendasi Bawaslu
1.	Pembagian sembako pada 10 Maret 2017 yang dilaksanakan di Kelurahan Kampung Melayu, Jatinegara, Jakarta Timur. Massa yang membagikan sembako memakai baju kotak-kotak dan membagikan sejumlah dus kepada warga Jalan Kebon Pala II Kampung Melayu, Jatinegara, Jakarta Timur.	Kebon Pala, Kecamatan Jatinegara, Jakarta Timur.	Merupakan tindak pidana dan diserahkan ke penyidik Polda Metro Jaya.
2.	Terdapat kegiatan pengajian pada hari Sabtu, 1 April 2017 yang diikuti oleh Cawagub nomor urut 2 yang diakhir acara dilakukan pembagian sembako.	Pertigaan Gaplek, Pasar Manggis, Setiabudi, Jakarta Selatan	Merupakan tindak pidana dan diserahkan ke Polda Metro Jaya
3.	Selasa, 11 April 2017, terdapat kegiatan bagi-bagi sembako dan diakhiri dengan meminta fotokopi KTP kepada warga yang menerima sembako.	Kwitang, Jakarta Pusat	Merupakan tindak pidana dan diserahkan ke Polda Metro Jaya
4.	Minggu 16 April 2017, terdapat kegiatan penggunaan fasilitas negara pada rumah dinas DPR Blok IV-323 yang digunakan untuk menampung sembako paslon nomor 2	Rumah Dinas DPR, Kalibata, Jakarta Selatan	Memberikan teguran

Sumber : Rekap Pelanggaran Bawaslu DKI Jakarta 2017

Bawaslu DKI Jakarta dalam rekapnya menerima empat pengaduan dugaan tindak pidana politik uang dengan modus pembagian sembako yang ditindak dengan melimpahkan berkas ke Polda Metro Jaya. Selain keempat pengaduan tersebut, terdapat lebih dari 15 laporan pengaduan mengenai dugaan politik uang

yang dilakukan oleh pasangan calon petahana, namun dalam sidang, pelapor tidak hadir atau tidak membawa barang bukti yang sah.

Hal ini memberi gambaran bahwa masyarakat Jakarta dapat dikatakan sebagai pemilih yang rasional, karena mereka tidak terpengaruh dengan adanya praktik pembagian sembako yang termasuk dalam politik uang. Hasilnya cukup berbeda bila dibandingkan di beberapa wilayah di Indonesia yang melaksanakan Pilkada dimana politik uang cenderung berhasil untuk mempengaruhi pemilih dalam menentukan pilihannya kepada kandidat yang melakukan politik uang.

3.3.2 Faktor Khusus yang Mendukung Kemenangan

Dalam bagian ini akan diuraikan faktor khusus yang melandasi kemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Faktor khusus merupakan faktor utama yang mewarnai pelaksanaan Pemilihan Umum dan tidak terjadi di banyak wilayah yang mempengaruhi kemenangan pasangan calon.

a. Menguatnya Politik Identitas

Kemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno tidak terlepas dengan menguatnya politik identitas selama pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta 2017. Menurut Agnes Heller, politik identitas adalah gerakan politik yang dalam setiap komunitas, walaupun berideologi dan memiliki tujuan yang bersama, tidak bisa dipungkiri bahwa didalamnya terdapat berbagai macam individu yang memiliki

kepribadian dan identitas masing-masing⁴⁷. Politik identitas hadir untuk menjelaskan situasi yang ditandai dengan kebangkitan kelompok identitas sebagai tanggapan atas hasil tindakan represi yang memarjinalkan sebuah kelompok dimasa lalu. Identitas berubah menjadi politik identitas ketika basis perjuangannya adalah basis perjuangan kelompok⁴⁸. Dapat disimpulkan bahwa politik identitas adalah suatu tindakan politik yang dilakukan oleh individu atau kelompok orang yang memiliki kesamaan identitas baik dalam hal etnis, gender, budaya dan agama untuk mewujudkan kepentingan politiknya. Hal ini sesuai dengan realita yang terjadi di lapangan dengan maraknya aksi massa, kampanye di tempat ibadah dan beberapa intimidasi yang menyinggung isu SARA di tingkat akar rumput (*grassroot*) selama rangkaian pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta 2017.

Jika ditelisik lebih jauh, naiknya politik identitas sudah terjadi semenjak Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok menjadi Gubernur DKI Jakarta menggantikan Joko Widodo yang terpilih sebagai Presiden. Ahok dilantik menjadi Gubernur pada 19 November 2014 di Istana Negara. Pasca pelantikan, terjadi beberapa kali aksi demonstrasi di depan Balai Kota yang menolak Ahok menjadi Gubernur. Aksi tersebut diinisiasi oleh Front Pembela Islam atau FPI dan beberapa organisasi masyarakat yang menamakan diri Gerakan Masyarakat Jakarta (GMJ). GMJ mengadakan aksi pada 10 November 2014 dan 1 Desember 2014 di depan Balaikota DKI Jakarta dengan memperkenalkan Fahrurrozi Ishaq sebagai gubernur tandingan yang akan menggantikan Ahok. Latar belakang Ahok yang seorang

⁴⁷ Agnes Heller, *An Ethics of Personality*, Blackwell, 2006, hlm 53

⁴⁸ Zainan Abidin Bagir, *Pluralisme Kewargaan, Arah Baru Politik Keagamaan Indonesia*, CRCS, 2011 hml 18

minoritas menjadi akar permasalahan mengapa ada aksi demonstrasi menolak Ahok pasca dilantik menjadi gubernur yang dilakukan oleh sekelompok organisasi masyarakat.

Politik identitas yang mewarnai rangkaian pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta 2017 berawal dari pidato Ahok dihadapan sejumlah warga dan nelayan di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu, 30 September 2016. Dalam pidato tersebut, Ahok menyinggung ayat Al Quran, Al Maidah 51 dengan kutipan ‘jangan mau dibohongi pakai Al Maidah 51’. Rekaman pidato Ahok yang diunggah oleh akun Pemprov DKI Jakarta melalui linimasa Youtube kemudian diunggah ulang oleh Buni Yani di akun *facebooknya* yang membuat pidato tersebut menjadi cepat tersebar dan ditonton oleh masyarakat. Oleh beberapa organisasi masyarakat keagamaan, pidato dari Ahok dianggap melecehkan agama Islam. Kemudian, Ahok dilaporkan ke polisi oleh Front Pembela Islam (FPI) dengan pasal penistaan agama. Pasca pelaporan, kasus ini semakin membesar dan menjadi perbincangan publik, hingga muncul aksi demonstrasi pertama di Pilkada DKI Jakarta 2017 yaitu Aksi 411. 411 adalah akronim dari tanggal pelaksanaan aksi yaitu 4 November 2016. Aksi ini diinisiasi oleh FPI dan GNPF-MUI yang dilaksanakan di Monumen Nasional, Jakarta. Tuntutan dari aksi ini adalah menuntut Ahok dipenjara. Ahok pun ditetapkan sebagai tersangka pada 16 November 2016. Majelis Ulama Indonesia (MUI) merespon kasus ini dengan mengeluarkan tiga butir fatwa ; menegaskan bahwa Al Maidah 51 secara eksplisit berisi larangan menjadikan Yahudi dan Nasrani sebagai pemimpin, ulama wajib menyampaikan isi surat kepada umat Islam bahwa memilih pemimpin muslim adalah wajib, dan

setiap orang Islam wajib meyakini kebenaran isi Al Maidah 51 sebagai panduan dalam memilih pemimpin.

Penetapan Ahok sebagai tersangka dan permintaan maaf Ahok secara pribadi yang sudah dilakukan di Kepulauan Seribu tidak menyurutkan massa untuk melakukan aksi. Sebulan kemudian, pada 2 Desember 2016, GNPf-MUI kembali melakukan aksi di Monumen Nasional, Jakarta menuntut Ahok dipenjara. GNPf-MUI berdalih bahwa aksi tersebut dilakukan sebagai bentuk keresahan umat Islam atas pidato Ahok yang dianggap telah menista agama Islam serta menolak bahwa aksi ini menjadi ajang kampanye salah satu pasangan calon. Aksi massa terus berlanjut di tahun 2017. Tercatat, terdapat 4 aksi massa ditahun 2017 yaitu Aksi 112 11 Februari, Aksi 212 2 Februari, Aksi 313 31 Maret, dan Aksi 505 5 Mei.

Proses hukum terhadap Ahok terus berjalan dan memasuki tahap pengadilan. Melalui persidangan di Pengadilan Negeri Jakarta Utara pada 11 April 2017, Ahok divonis oleh Hakim Pengadilan Negeri Jakarta Utara dengan hukuman dua tahun penjara karena hakim menilai Ahok terbukti melakukan penodaan agama berkaitan dengan Al Maidah 51 serta langsung memerintahkan Ahok untuk ditahan di LP Cipinang untuk kemudian dipindahkan ke Mako Brimob.

Tim Pemenangan Anies dan Sandi menolak jika aksi massa dilakukan atas koordinasi dan arahan dari partai politik pendukung. Namun, Tim Pemenangan

tidak menampik bahwa maraknya aksi menguntungkan pasangan Anies dan Sandi.

“Ya, sangat menguntungkan, signifikan, walau kita tidak mengendalikan. Tidak terlibat apa-apa, tetapi hasilnya, dukungan ke kami makin solid”⁴⁹

Menguatnya politik identitas dalam penyelenggaraan Pilkada juga merembet hingga tempat ibadah, khususnya masjid. Dalam kurun waktu 4 bulan masa kampanye, sejumlah masjid di Jakarta diisi oleh ceramah-ceramah berbau politik yang berisi kampanye kejelekan kepada petahana dan mengarahkan umat sebagai pemilih untuk memilih pasangan Anies dan Sandi, walau tidak secara eksplisit. Masjid menjadi tempat yang strategis bagi kelompok kepentingan untuk menguasai mimbar dengan tujuan menyampaikan pandangan politiknya demi mempengaruhi massa dan meraup suara. Ceramah politik yang berisi serangan terhadap petahana kerap kali dilakukan ketika sholat Jumat.

“Waktu Pilkada kemarin, masjid-masjid jadi tempat kampanye dengan menjelekan petahana mas, walau nggak secara eksplisit mengajak umat untuk coblos nomer 3 tapi ya arahnya kesitu”⁵⁰

Sejumlah warga juga mengakui bahwa selama masa kampanye Pilkada, seringkali ceramah sholat Jumat di masjid berisi pesan-pesan politik yang bertujuan mengajak warga untuk tidak memilih petahana dengan landasan bahwa petahana sudah menista agama Islam dan Jakarta butuh pemimpin yang seiman.

“Wah waktu kampanye kemarin, sering banget itu saya kalo jumat khotbahnya bahas politik. Lupa saya berapa kali. Intinya pilih nomer 3 lah.

⁴⁹ Wawancara dengan Mardani Ali Sera, 23 Januari 2019.

⁵⁰ Wawancara dengan Gunawan Hartono, 14 Januari 2019.

Ada yang blak-blak an ada juga yang nyindir pakai pesan pesan yang halus.”⁵¹

Data dari Bawaslu DKI Jakarta menyebutkan, selain khotbah politik di tempat ibadah, terdapat 1230 spanduk provokatif bernuansa SARA yang ditemukan dan langsung ditindak oleh Bawaslu DKI Jakarta. Politik identitas yang terjadi berakibat pada sulitnya Tim Sukses Ahok dan Djarot dalam berkampanye di lapangan. Dalam kunjungan ke sejumlah titik, tak jarang Ahok dan Djarot serta Tim Sukses dihadang dan dihalang-halangi oleh sekelompok warga yang tidak mengizinkan petahana untuk mengunjungi wilayah tersebut dan berkampanye. Hal ini menjadi kesulitan tersendiri dari Tim Sukses Petahana untuk melawan dan mengklarifikasi isu yang berkembang yang menyerang petahana kepada masyarakat. Penolakan terjadi misalnya ketika Djarot Saiful Hidayat ditolak oleh sejumlah orang ketika akan melaksanakan Sholat Jumat di Masjid Al Atiq, Tebet, Jakarta Selatan. Hal itu juga menimpa Ahok ketika akan berkampanye di Kedoya Utara, Jakarta Barat, Lenteng Agung Jakarta Selatan, dan Rawa Belong Jakarta Barat. Alasan warga untuk menolak kehadiran petahana ketika kampanye sebagian besar sama yaitu karena petahana dianggap sudah menista agama. Namun, karena penolakan itu juga, Tm Sukses Ahok dan Djarot menjadi kesulitan untuk mengklarifikasi isu tersebut kepada masyarakat.

“sentimen SARA yang naik ini jujur bikin kita agak sulit buat kampanye ya, soalnya di beberapa tempat kami ditolak. Kadang dihadang, ada juga kita pernah dibentak dan langsung diusir. Jadinya sulit buat ke masyarakat untuk klarifikasi”⁵²

⁵¹ Wawancara dengan Budiman Andi

⁵² Wawancara dengan Rahmad Santoso

Politik identitas yang yang masif terjadi dan berhasil digunakan untuk memenangkan salah satu paslon membuktikan bahwa Jakarta sebagai kota masih kekurangan *public sphere* sebagai kanal yang digunakan oleh masyarakat dalam tatanan demokrasi. Kanal tersebut berupa taman kota, pos kamling yang menjadi media bagi masyarakat untuk mendiskusikan isu-isu secara dua arah dan menciptakan banyak perspektif. Ketika sebuah wilayah kekurangan kanal-kanal tersebut, maka isu yang tersebar dalam sebuah kontestasi politik akan didiskusikan di ruang privat yaitu agama dan tempat ibadah. Sebuah isu yang disampaikan dalam ruang agama, akan tersampaikan secara satu arah dan bersifat indoktrinasi. Sehingga, tidak ada diskusi dua arah untuk membahas sebuah isu yang berakibat pada penyebaran yang masif.

Semua bentuk ekspresi politik identitas terwujud dan berubah menjadi realitas politik yang digunakan sebagai bagian dari strategi politik maupun sebagai ekspresi keagamaan yang spontan dari elemen umat Islam. Diluar kasus penistaan agama yang menimpa Ahok, ekspresi politik identitas pada Pilkada DKI Jakarta 2017 dibedakan melalui tiga jenis. Pertama, ekspresi wacana berupa pidato politik, orasi dan pemikiran. Kedua, tindakan di lapangan dan ketiga adalah gabungan dari wacana dan tindakan. Ekspresi tersebut didukung oleh media yang dimanfaatkan dalam menyebarkan ekspresi politik identitas, seperti media massa, media sosial dan spanduk. Politik identitas berperan dan punya andil dalam kemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno. Aksi massa yang terus dilakukan selama kampanye, maraknya khotbah bermuatan politik yang mengarahkan umat untuk memilih Anies dan Sandi dan sulitnya petahana untuk

berkampanye ke masyarakat dan mengklarifikasi isu SARA yang berkembang menjadi keuntungan bagi Anies dan Sandi dalam berkontestasi di Pilkada DKI Jakarta 2017.

b. Petahana Melanjutkan Proyek Reklamasi Teluk Jakarta

Proyek reklamasi sudah digagas sejak era Presiden Soeharto melalui Keputusan Presiden Nomor 52 Tahun 1995 tentang Reklamasi Pantai Utara Jakarta. Reklamasi merupakan kegiatan penimbunan air laut dan pengeringan air laut untuk kepentingan pengembangan kawasan. Dalam keputusan tersebut, tugas dan tanggung jawab reklamasi dibebankan kepada Gubernur selaku kepala daerah. Namun, pelaksanaan Reklamasi Teluk Jakarta menuai berbagai penolakan. Kementerian Lingkungan Hidup yang dikutip dari situs resminya memuat Surat Keputusan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 14 Tahun 2003 tentang Ketidaklayakan Rencana Kegiatan Reklamasi dan Revitalisasi Pantai Utara Jakarta. Dalam keputusan tersebut, Kementerian Lingkungan Hidup berlandaskan pada Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) yang mencatat terdapat beberapa dampak negatif dari proyek reklamasi seperti kerusakan ekosistem laut yang berdampak pada pendapatan nelayan di Teluk Jakarta akibat pengerukan lahan hampir 33 juta meter kubik dan memperparah intensitas banjir di wilayah utara Jakarta.

Petahana mempunyai sikap bahwa proyek reklamasi harus terus berjalan karena mempunyai manfaat untuk Jakarta seperti membuka kawasan pengembangan baru yang terdiri dari kawasan bisnis, komersial dan akan

dibangun fasilitas umum seperti taman dan rumah susun bersubsidi. Dengan adanya reklamasi, maka kebutuhan akan tempat tinggal akan semakin turun karena bertambahnya kawasan hunian baru. Roda perputaran bisnis di Jakarta juga semakin kencang dengan dibangunnya kawasan bisnis baru yang memberikan ruang baru bagi pengusaha untuk berinvestasi di Jakarta.

Namun, semua manfaat dari reklamasi ditolak oleh Tim Pemenangan Anies dan Sandi. Mereka berpendapat bahwa reklamasi hanya menguntungkan orang-orang kaya dan konglomerat semata

“Reklamasi ini harus dihentikan. Reklamasi hanya untuk orang-orang berduit lah. Siapa yang mampu beli rumah disana ?”⁵³

Penolakan proyek reklamasi juga datang dari warga sekitar Penjaringan, Jakarta Utara yang terdampak dari proyek reklamasi. Rumahnya digusur sebagai dampak dari reklamasi .

“Rumah saya di Pasar Ikan, Penjaringan digusur. Katanya untuk normalisasi bagian dari proyek reklamasi. Teman-teman saya nelayan di sana juga merugi sekarang kalau cari ikan karena ikan dan kerang jadi sedikit jumlahnya sejak ada apa itu, pengerukan kalo ga salah. Ikan ikan jadi berkurang terus rugi”⁵⁴

Penulis menampilkan rekapitulasi perolehan suara di Kelurahan Penjaringan, Jakarta Utara yang menjadi daerah terdampak proyek reklamasi yang mengakibatkan digusurnya rumah warga di kawasan Pasar Ikan Penjaringan dengan membandingkan perolehan suara Anies Baswedan dan Sandiaga Uno pada putaran pertama dan putaran kedua melalui tabel.

⁵³ Wawancara dengan Anwar Ende, 16 Januari 2019

⁵⁴ Wawancara dengan Ahmad Kholis, 20 Januari 2019

Tabel 3.3

Perbandingan Perolehan Suara Anies Baswedan dan Sandiaga Uno di Kelurahan Penjaringan, Kecamatan Penjaringan, Jakarta Utara

Nomor	Nama	Perolehan Suara Putaran Pertama	Perolehan Suara Putaran Kedua
1.	Agus Harimurti Yudhoyono dan Silvyana Murni	10.982	-
2.	Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat	17.803	18.144
3.	Anies Baswedan dan Sandiaga Uno	22.433	35.692

Jika dilihat perbandingan perolehan suara pasangan calon di putaran kedua, pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno unggul jauh dengan perolehan suara 35.692 dibandingkan Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat yang memperoleh 18.144 suara. Jarak perolehan suara pada putaran kedua adalah 17.548 suara, dimana selisih suara tersebut berbeda cukup signifikan dibandingkan putaran pertama yaitu 4.630 suara. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa isu reklamasi yang bergulir dan dijalankan oleh petahana dimanfaatkan oleh Anies dan Sandi yang mempunyai program kerja untuk menghentikan proyek reklamasi dimana hal itu berhasil untuk mendulang suara di wilayah khususnya yang terdampak proyek tersebut.

Proyek Reklamasi yang diharapkan dapat memperbaiki kualitas hidup masyarakat dan mempercantik tata kota Jakarta pada akhirnya mendapatkan tanggapan yang berbeda dari masyarakat itu sendiri. Masyarakat menganggap bahwa reklamasi hanya menguntungkan orang kaya semata yang berujung pada marjinalisasi masyarakat lokal. Nelayan sebagai warga lokal di wilayah utara

Jakarta menjadi masyarakat yang paling terdampak terhadap proyek reklamasi karena mengalami kerugian akibat populasi ikan dan kerang yang menjadi tangkapan para nelayan berkurang. Kondisi lingkungan menjadi rusak. Dampak ekonomi yang terjadi adalah akan lebih banyak dinikmati oleh investor dan orang-orang kaya. Hal ini membuat masyarakat menjadi gerah terhadap kebijakan dari Ahok sebagai petahana yang bersikap untuk melanjutkan proyek reklamasi. Itu membuat masyarakat menjatuhkan pilihan kepada kandidat yang menolak reklamasi, sesuai dengan keinginan masyarakat yang terdampak.

3.4 Strategi Pemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno

Kemenangan kandidat dalam kontestasi Pemilu tidak terlepas dari peran tim sukses yang terdiri atas elemen dari partai politik pengusung dan relawan. Dalam upaya memenangkan kandidat, tim sukses membuat strategi kampanye dengan menggunakan P4 seperti halnya ilmu ekonomi. Marketing politik selalu membahas tentang produk (*product*), promosi (*promotion*), harga (*price*), dan tempat (*place*). Untuk menjelaskan mengapa masyarakat memilih kandidat dapat dijelaskan melalui 4P. *Product* yang ditawarkan merupakan visi, misi dan program kerja dari partai politik dan petahana dimana pemilih akan menikmati setelah suatu partai atau kandidat terpilih. *Place* merupakan tempat yang digunakan untuk memasarkan produk politik sehingga masyarakat dapat mengakses produk yang ditawarkan oleh kandidat ketika kampanye. *Price* dalam marketing politik meliputi harga ekonomi, harga citra dan harga psikologis. Harga ekonomi merupakan kalkulasi segala biaya yang dapat dihitung, seperti biaya iklan dan publikasi. Harga citra berkaitan dengan kebanggaan yang diperoleh

pemilih jika ia memilih seorang kandidat. Sedangkan harga psikologis menyangkut pada harga persepsi psikologis dari kandidat yang ditawarkan kepada pemilih. Misalnya, latar belakang suku, agama, pendidikan yang dirasa akan nyaman oleh pemilih.

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh institusi politik dimana pemilih akan menikmati setelah suatu partai atau kandidat terpilih dalam Pemilu. Menurut Niffenegger, produk politik terdiri atas platform partai, rekam jejak masa lampau dan karakteristik personal. Platform partai terdiri dari visi, misi, ideology, dan program kerja kandidat yang menjadi bahan jualan kepada pemilih rasional. Rekam jejak masa lampau merupakan hal-hal yang telah dilakukan oleh kandidat sebelum berkontestasi dalam Pemilu dan layak dijual kepada pemilih. Lalu, karakteristik individual berkaitan dengan keteladanan dan ketokohan seseorang dalam masyarakat yang dapat dijual kepada masyarakat.

Pilkada DKI Jakarta 2017 merupakan tantangan yang berat bagi Anies dan Sandi karena melawan Ahok dan Djarot yang memiliki latar belakang, jaringan dan tingkat kepuasan publik yang tinggi. Cara melawan Ahok dan Djarot adalah dengan menjual visi, misi dan program kerja yang diharapkan memberikan harapan baru bagi masyarakat Jakarta. Visi, Misi dan Program Kerja Anies Baswedan dan Sandiaga Uno adalah “Mewujudkan Jakarta Kota Maju, Lestari dan Berbudaya yang Warganya Terlibat dalam Mewujudkan Keberadaban,

Keadilan, dan Kesejahteraan Bagi Semua”. Visi tersebut dijabarkan dalam lima misi :

1. Menjadikan Jakarta kota aman, sehat, cerdas, berbudaya dengan memperkuat nilai-nilai keluarga dan memberikan ruang kreativitas melalui kepemimpinan yang melibatkan, menggerakkan dan memanusikan.
2. Menjadikan Jakarta kota yang memajukan kesejahteraan umum melalui terciptanya lapangan kerja, kestabilan, dan keterjangkauan kebutuhan pokok, meningkatnya keadilan sosial, percepatan pembangunan infrastruktur, kemudahan investasi dan berbisnis, serta perbaikan pengolaan tata ruang.
3. Menjadikan Jakarta tempat wahana aparatur negara yang berkarya, mengabdikan dan melayani, serta menyelesaikan berbagai permasalahan kota dan warga secara efektif, meritokratis dan berintegritas.
4. Menjadikan Jakarta kota yang lestari, dengan pembangunan dan tata kehidupan yang memperkuat daya dukung lingkungan dan sosial.
5. Menjadikan Jakarta ibu kota yang dinamis sebagai simpul kemajuan Indonesia yang bercirikan keadilan, kebangsaan dan kebhinnekaan.

Anies dan Sandi memfokuskan program kerja dengan tumpuan permasalahan yang ada di Jakarta yaitu permasalahan akses pendidikan yang belum maksimal dinikmati oleh anak usia sekolah, permasalahan kesehatan, persaingan tidak sehat antara UMKM dan investor besar, kesenjangan ekonomi sehingga masih banyak warga yang tinggal di kawasan kumuh di Jakarta, pelayanan public yang perlu

ditingkatkan kembali, maraknya penggusuran yang tidak manusiawi serta meningkatkan kualitas transportasi umum.

Anies dan Sandi menawarkan visi, misi dan program kerja sesuai dengan permasalahan yang sedang terjadi di masyarakat. Program tersebut menjadi kunci untuk menarik masyarakat agar yakin untuk memilih Anies dan Sandi sebagai pemimpin. Menghadapi petahana yang kuat, visi misi yang ditawarkan diharapkan memberi kebaruan dalam arah kebijakan dan pembangunan Jakarta.

Rekam jejak masa lalu menjadi hal yang dipertimbangkan oleh koalisi Gerindra dan PKS dalam mencalonkan Anies dan Sandi. Gerindra dan PKS berkoalisi untuk mencalonkan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno oleh karena figur dari Anies Baswedan yang mempunyai pengalaman menjadi menteri dan Sandiaga Uno yang seorang pengusaha sukses.

“Kita memilih Anies dan Sandi karena Pak Anies dan mantan menteri ya, berarti sudah punya pengalaman dan kapabilitas kan. Sandi itu kader kita dan pengusaha muda yang sukses. Nggak bisa dipungkiri lah kalau ikut Pilkada itu kan butuh logistik. Keduanya dikenal oleh rakyat dan punya logistik lah. Karena kan yang memilih rakyat dengan kita menyampaikan program kerja kita, figur juga penting supaya bisa mendekati ke masyarakat dan masyarakat yakin”⁵⁵.

Pada awal pencalonan sebelum resmi mendaftarkan pasangan calon ke KPU Provinsi DKI Jakarta, nama Anies Baswedan belum muncul, sehingga wacana diantara koalisi Gerindra dan PKS adalah mencalonkan Sandiaga Uno dan Mardani Ali Sera.

⁵⁵ Wawancara dengan Anwar Ende, S.IP, Pengarah Tim Pemenangan Anies-Sandi di Kantor DPP Partai Gerindra Jakarta 16 Januari 2019 Pukul 15.00. Untuk selanjutnya cukup disebut Wawancara dengan Anwar, 16 Januari 2019.

”Awalnya Bang Sandi di Gubernur, PKS naruh saya di wakil posisinya. Tapi dalam perkembangan dinamika yang terjadi, memang kita melihat bukan sekedar Gerindra dan PKS, tapi harus menang. Kita makanya mencari figur lain. Ketemu nama Anies Baswedan di detik akhir dan ternyata banyak yang menilai ini pasangan yang bagus, Anies dan Sandi”⁵⁶

Sebelum resmi mencalonkan Anies Baswedan, Gerindra dan PKS meminta izin dan restu kepada Wakil Presiden RI Jusuf Kalla (JK). Hal ini dilakukan karena Anies Baswedan merupakan mantan bawahan dari JK sewaktu di Kabinet Kerja. Restu yang diberikan JK kepada pencalonan Anies Baswedan memberikan gambaran adanya perbedaan pilihan politik antara Joko Widodo dan Jusuf Kalla dalam Pilkada DKI Jakarta 2017.

Rekam jejak Anies Baswedan yang pernah menjabat sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dan penggagas Indonesia Mengajar serta Sandiaga Uno yang merupakan seorang pengusaha muda menjadi hal yang dijual kepada pemilih selama kampanye. Rekam jejak yang dianggap positif inilah yang memberikan kepercayaan kepada partai pengusung untuk mencalonkan Anies dan Sandi pada Pilkada DKI Jakarta Tahun 2017.

Koalisi Gerindra dan PKS terbentuk sejak Pemilihan Presiden atau Pilpres 2014. Kala itu Gerindra dan PKS mengusung Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa sebagai calon presiden dan calon wakil presiden. Pada Pilkada DKI Jakarta 2017, Gerindra dan PKS mencoba membuka komunikasi politik dengan partai politik lain guna menambah kekuatan dan menggalang massa. Tetapi, dinamika politik yang terjadi membuat partai politik lain mengusung figurnya masing-masing

⁵⁶ Wawancara dengan Mardani Ali Sera, Ketua Tim Pemenangan Anies-Sandi di Ruang Rapat Komisi II DPR RI Jakarta, 23 Januari 2019 Pukul 12.30. Selanjutnya disebut Wawancara dengan Mardani, 23 Januari 2019.

sehingga komunikasi politik tidak berjalan. Gerindra dan PKS percaya diri untuk mengusung figur pilihannya walau hanya memperoleh 26 kursi DPRD DKI Jakarta, terkecil dibanding koalisi lainnya.

b. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan untuk menarik pembeli melalui penyampaian produk dengan menggunakan media seperti media massa, media cetak dan media sosial. Dalam hal yang berkaitan dengan politik, pembeli merupakan masyarakat sebagai pemilih dan penjual merupakan kandidat atau partai politik sebagai peserta Pemilu. Ketika kandidat yang sedang bertarung di Pemilu ingin menyampaikan program kerja kepada masyarakat, maka harus diperhatikan dengan cara apa akan menyampaikan program kerja, kepada siapa dan dengan media apa yang akan digunakan.

Tim pemenangan menjadi instrument yang bertugas sebagai penyampai informasi berupa visi, misi kandidat untuk memilih kandidat tersebut. Tim Pemenangan pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno terdiri atas kader dan anggota partai politik dari Partai Gerindra dan PKS serta relawan yang total berjumlah 7 elemen ; Gerindra, PKS, Relawan Anies, Relawan Sandi, Relawan Boy Sadikin, Relawan Keumatan dan Relawan Perempuan. Kolaborasi antara relawan dan partai menjadi salah satu kunci keberhasilan meraup suara diseluruh wilayah DKI Jakarta.

Pada awal mula mencalonkan, Gerindra dan PKS sebagai partai yang sudah berkoalisi pada Pemilihan Presiden 2014 bersepakat untuk kembali berkoalisi pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Koalisi ini tercipta atas dasar kesamaan

pandangan bahwa Gerindra dan PKS ingin memberikan konstestasi yang berkualitas serta mempunyai kesamaan, sama-sama menjadi partai diluar pemerintah. Gerindra dan PKS mempunyai sikap untuk tidak mendukung petahana akibat adanya resistensi terhadap petahana selama menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta tahun 2014-2016 dan adanya beberapa kebijakan dari petahana yang berseberangan dengan nilai dan tujuan partai seperti reklamasi dan penggusuran paksa. Koalisi Gerindra dan PKS tetap menjalin komunikasi politik terhadap semua partai sebelum masa pendaftaran calon berakhir. Namun, karena semua partai mempunyai calonnya masing-masing, maka diputuskan bahwa koalisi ini hanya terdiri atas Gerindra dan PKS. Kedua partai tersebut sudah cukup untuk mencalonkan dalam Pilkada yang mempunyai syarat minimal 20% suara di DPRD.

Pada masa kampanye, Tim Pemenangan yang terdiri dari partai dan relawan melebur menjadi satu dan bergerak di akar rumput untuk mengkampanyekan pasangan Anies dan Sandi. Tugas dari relawan adalah menambah basis baru pendukung Anies dan Sandi di akar rumput melalui pendekatan kepada komunitas-komunitas yang ada di Jakarta sedangkan partai bertugas mempertahankan basis yang ada. Tongkat pimpinan Tim Pemenangan dikomandoi oleh partai, sebab partai mempunyai struktur hingga tingkat kelurahan. PKS sebagai salah satu partai pengusung mempunyai andil cukup besar, karena PKS mempunyai tingkat komando yang sangat baik di wilayah Jakarta.

“PKS bisa dibbilang merupakan partai besar dan punya massa yang cukup banyak di Jakarta. Komandonya rapi sehingga kader di akar rumput solid dan dengan cepat mengkampanyekan paslon nomor 3 dengan sangat baik. Ditambah solidnya PKS dan Gerindra sejak Pilpres 2014”⁵⁷

Kampanye merupakan periode yang diberikan oleh panitia Pemilu kepada semua kontestan, baik partai politik maupun perseorangan untuk memaparkan program kerja yang bertujuan mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat untuk memberikan suara kepada mereka⁵⁸. Tim Pemenangan berusaha menanamkan *image* Anies dan Sandi adalah pasangan yang kompeten dan punya komitmen dan etika, serta siap menjadi pelayan bagi masyarakat Jakarta sesuai dengan *tagline* Maju Kotanya, Bahagia Warganya. Bentuk kampanye yang dilakukan oleh Tim Pemenangan ada tiga jenis. *Pertama*, kampanye tatap muka. Kampanye ini dilakukan dengan *door to door* untuk warga yang belum mengenal dan menggunakan teknologi informasi. Tim Pemenangan melakukan pembagian dan penyebaran gambar dan pamflet yang berisi foto dan visi misi kandidat serta sambil menjelaskan dan mengajak masyarakat untuk memilih Anies dan Sandi. Selain gambar dan pamflet, juga dibagikan kaos, stiker dan pemasangan baliho. Selain Tim Pemenangan, Anies dan Sandi juga turun langsung ke lapangan. Tujuannya untuk memperkenalkan diri sehingga masyarakat mengenal figur dan calon yang akan dipilih. Dalam sehari, Anies tercatat turun di 8 titik di wilayah Jakarta perharinya, sedangkan Sandi turun hingga 12 titik di Jakarta setiap harinya.

⁵⁷ Wawancara dengan Gunawan Hartono, 16 Januari 2019

⁵⁸ Nyarwi Ahmad, *Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik*, Pustaka Zaman, Yogyakarta 2012, hlm 233

Keuntungan terpenting dari kampanye tatap muka langsung dengan masyarakat adalah dapat menanam *image* positif bagi Anies Sandi di lapangan dalam rangka *positioning*. Interaksi langsung dengan masyarakat melahirkan *image* dekat dengan rakyat dan mau mendengar aspirasi rakyat. *Image* yang terbentuk dari kampanye tatap muka membawa keuntungan bagi Anies dan Sandi, sebab Anies dan Sandi lebih mendapat dukungan yang lebih luas dari berbagai elemen seperti dari LSM Koalisi Masyarakat Jakarta, organisasi kemasyarakatan Forum Betawi Rempug dan organisasi yang mewadahi profesi tertentu seperti Komunitas Nelayan Tradisional (KNT), Koalisi Rakyat untuk Keadilan Perikanan (Kiara), Kesatuan Nelayan Tradisional Indonesia (KNTI). Jaringan baru yang terbentuk inilah kemudian dijaga dan dirawat oleh Anies Sandi dan Tim Pemenangan untuk membuka basis suara baru.

Kedua, kampanye melalui media sosial. Penggunaan media sosial yang tinggi di Jakarta membuat kampanye di media sosial menjadi sebuah kewajiban. Dalam media sosial, tidak berlaku lagi *one man one vote* tetapi satu orang bisa memiliki kekuatan setara puluhan, ratusan bahkan ribuan orang karena mampu mempengaruhi lawan dan kawannya. Inilah kelebihan media sosial, yakni efektif sebagai sarana kekuasaan yang dikemas dengan ajang pemaparan ide yang berlangsung amat cepat dan hampir tanpa batas. Media sosial yang dipakai adalah melalui *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter*. Anies Baswedan dan Sandiaga Uno masing-masing mempunyai akun media sosial yang sudah ada sebelum ia mencalonkan diri pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Baik Anies dan Sandi menggunakan akun di media sosial untuk sekedar menyapa pengikut,

menyosialisasikan kebijakan yang dibawa dan memperbaharui kegiatan kampanye setiap hari. Selain itu, terdapat akun yang dipakai oleh relawan di *Twitter* untuk mengkampanyekan Anies dan Sandi contohnya adalah “@suaraanies” yang mempunyai 32 Ribu pengikut. Begitupun dengan di *Facebook* dan *Instagram* dengan akun yang sama. Namun, pengikut terbanyak ada di *Twitter*. Salah satu strategi Tim Pemenangan Anies Sandi untuk serius menggarap media sosial sebagai *platform* kampanye adalah dengan menggandeng Pandji Pragiwaksono, seorang *stand up comedian* sebagai salah satu juru bicara. Pandji, yang mempunyai pengikut di *Twitter* sejumlah 1.1 juta pengguna setiap harinya secara rutin mempublikasikan kegiatan kampanye Anies Sandi dan mengklarifikasi isu negatif yang berkembang di media sosial. Akun di media sosial mempunyai sejumlah aktivitas seperti mengunggah kegiatan calon dan tim sukses serta memperbaharui berita yang terjadi selama masa Pilkada. Selain untuk mengkampanyekan visi, misi dan program kerja, akun kampanye di media sosial juga berfungsi sebagai media klarifikasi melawan berita bohong, fitnah dan kampanye hitam yang ditujukan kepada Anies dan Sandi. Aktivitas di media sosial juga berisi keluhan kesah masyarakat terhadap kepemimpinan petahana yang dinilai kurang memuaskan. Melalui akun media sosial ini pun, beberapa masyarakat memanfaatkan media sosial untuk mengunggah foto dan video politik uang yang dilakukan oleh tim sukses lawan.

Kampanye melalui media sosial berbeda tujuan dengan kampanye tatap muka. Kampanye tatap muka dilakukan untuk mempengaruhi masyarakat secara personal melalui pembentukan kedekatan antara kandidat dan masyarakat.

Sedangkan kampanye melalui media sosial dilakukan untuk menjangkau lebih banyak orang yang tidak terbatas ruang dan waktunya. Sehingga, keduanya dilakukan beriringan agar target *market* untuk meraup suara dapat tercapai. Kampanye melalui media sosial juga secara *cost* lebih murah daripada kampanye melalui media konvensional serta media sosial lebih bersifat personal sehingga proses propaganda dan persuasif dari kandidat lebih efektif dilakukan.

Ketiga, kampanye konvensional. Kampanye konvensional ini dilakukan melalui rapat umum akbar, iklan di televisi, debat yang difasilitasi oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan beberapa stasiun televisi, mengikuti *talkshow* yang menjadi kesempatan bagi kandidat untuk menyampaikan program kerja, serta pemberitaan di media massa seperti surat kabar, media online dan pemberitaan di televisi. Dalam pelaksanaan debat yang difasilitasi KPU DKI Jakarta, Tim Pemenangan mencoba membuat sebuah jargon yang diharapkan mampu untuk diingat oleh masyarakat dan identik dengan Anies Sandi. Jargon tersebut adalah OK OCE yang selalu disebutkan oleh Sandiaga Uno dalam setiap debatnya. Terbukti, jargon OK OCE menjadi hal yang terus dibicarakan, bahkan menjadi *trending topic* di *Twitter* pasca debat selesai. Hal itulah dikelola dengan baik oleh Tim Pemenangan agar menciptakan *image* yang baik yang berusaha dilekatkan kepada Anies dan Sandi.

Rapat umum akbar dilaksanakan 5 April 2017 di Lapangan Banteng, Jakarta diikuti oleh seluruh relawan, kader dan simpatisan dari Anies Sandi. Dalam rapat umum akbar tersebut, juga dihadiri oleh Ketua Umum Gerindra, Prabowo Subianto dan Ketua Umum PKS, Sohibul Iman. Ketokohan dari

Prabowo Subianto yang hadir dalam rapat umum akbar ini ikut mempengaruhi masyarakat yang mengidolakan Prabowo Subianto agar memilih Anies Sandi. Dalam rapat umum akbar tersebut, terdapat pengarahan dari ketua partai dan ketua tim pemenangan yang mengingatkan pada seluruh kader, relawan dan simpatisan agar tetap bekerja keras hingga hari pencoblosan agar suara dari Anies Sandi tetap dalam batas aman dan peka terhadap berbagai kecurangan yang mungkin terjadi pada hari tenang dan hari pencoblosan.

Pemanfaatan relawan dalam struktur Tim Pemenangan menjadi hal yang penting. Tercatat, dalam struktur Tim Pemenangan terdapat tiga relawan non kepartaian yang mempunyai fokus dan pendekatan yang berbeda terhadap kelompok masyarakat. *Pertama, Relawan Boy Sadikin.* Boy Sadikin merupakan mantan Ketua DPD PDI-P DKI Jakarta. Ia mengundurkan diri dari PDI-P pada September 2016 akibat berseberangan dengan keputusan PDI-P yang mengusung Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat. Pasca pengunduran diri, ia bergabung dengan Tim Pemenangan Anies dan Sandi dan ditugaskan menjadi Ketua Tim Relawan Anies dan Sandi yang mengkoordinir sejumlah relawan distruktur Tim Pemenangan. Boy Sadikin bergerak cepat dengan mendirikan posko koordinator Tim Relawan di Menteng, Jakarta Pusat sebagai tempat berkumpulnya seluruh relawan Tim Pemenangan. Pengaruh Boy Sadikin cukup signifikan, karena Boy mempunyai basis massa yang cukup besar selama ia memimpin DPD PDI-P DKI Jakarta. Basis massa Boy Sadikin berasal dari sejumlah *wong cilik* PDI-P yang masih loyal terhadap Boy. Selain itu, pengaruh Boy Sadikin diharapkan mampu mempengaruhi masyarakat pemilih Joko

Widodo-Jusuf Kalla pada Pemilihan Presiden 2014 untuk memilih Anies dan Sandi. Dibawah komando Boy Sadikin sebagai Ketua Tim Relawan, pasangan Anies dan Sandi berhasil menambah perolehan suara pada putaran kedua dengan sangat signifikan. Fungsi relawan sebagai penambah basis massa berhasil.

Kedua, Relawan Keumatan. Relawan Keumatan bekerja dengan mendekati calon pemilih dari kalangan pemilih Muslim. Relawan ini bergerak dengan menggandeng beberapa ulama dari organisasi massa Islam di Jakarta yang mempunyai kekuatan keagamaan seperti Partai Keadilan Sejahtera, Front Pembela Islam (FPI), dan Gerakan Nasional Pengawal Fatwa MUI (GNPF-MUI). Relawan Keumatan bekerja dengan mengadakan diskusi dan kajian serta kegiatan ibadah. Bentuk kegiatannya berupa sosialisasi visi, misi dan program kerja dari Anies dan Sandi yang dilakukan di tempat ibadah. Kegiatan ini biasanya dilakukan setelah sholat Jumat selesai dimana lebih muda untuk mengumpulkan masyarakat dalam satu tempat tertentu. Contoh konkretnya ketika Sandiaga Uno mengadakan sosialisasi program kerja OK-OCE yang dilakukan di Masjid Al Istianah, Jakarta Pusat. Kajian mengenai desain pemerintahan yang akan dijalankan oleh Anies dan Sandi juga pernah dipaparkan oleh Anies Baswedan di Masjid Al Azhar, Jakarta Selatan yang diikuti oleh Perkumpulan Perempuan Muslim Jakarta Selatan. Hal ini dilakukan untuk mengasosiasikan Anies dan Sandi sebagai pasangan calon yang dekat dengan ulama dan akan membela kepentingan umat Islam di Jakarta.

Relawan Keumatan mempunyai struktur hingga tingkat kelurahan. Di tingkat kelurahan, mereka bekerja dengan *door to door* kepada masyarakat dengan mengkampanyekan program kerja Anies dan Sandi yang akan membela

kepentingan umat Islam. Program kerja yang dikampanyekan oleh Relawan Keumatan tidak selalu identik dengan program keagamaan. Sejumlah program pendidikan, kesehatan dan kesejahteraan sosial juga disosialisasikan kepada masyarakat. Terdapat salah satu program kerja yang digaungkan Relawan Keumatan adalah memperbolehkan kawasan Monumen Nasional, Jakarta untuk digunakan sebagai tempat kegiatan keagamaan. Pada masa petahana memerintah, kawasan Monas adalah kawasan yang steril dari kegiatan keagamaan dan kebudayaan. Memperbolehkan kegiatan keagamaan di Monas yang menjadi salah satu program Anies dan Sandi adalah cara kerja Relawan Keumatan untuk mengasosiasikan Anies dan Sandi sebagai pemimpin yang dekat dengan umat Islam.

Ketiga, Relawan Perempuan. Perempuan menjadi target kampanye Anies dan Sandi. Tugas dari Relawan Perempuan adalah mengkampanyekan program Anies dan Sandi yang berfokus pada pemberdayaan perempuan dan membangun kemandirian perempuan sebagai tulang punggung keluarga dengan sasaran adalah ibu-ibu. Relawan Perempuan bergerak melalui kegiatan di tingkat kelurahan seperti senam bersama dan *blusukan* ke pasar tradisional. Program menstabilkan harga sembako menjadi andalan karena mayoritas yang berbelanja ke pasar dan mengetahui kondisi harga adalah ibu-ibu. Pelatihan juga dilakukan oleh Relawan Perempuan kepada ibu-ibu seperti pelatihan pengolahan makanan kecil, pemaksimalan usaha melalui penjualan sistem daring dan pembuatan kerajinan yang dapat dijual kepada pasar. Melalui pelatihan ini, diharapkan perempuan mempunyai bekal berupa keahlian yang dapat dipraktikkan untuk menghasilkan

pendapatan bagi keluarga, sehingga tercipta perempuan mandiri yang meningkatkan kualitas kesejahteraan keluarga di Jakarta.

Dalam berkampanye di Pilkada DKI Jakarta 2017, Tim Pemenangan Anies dan Sandi mempunyai beberapa sikap yang sering disosialisaikan kepada masyarakat dan media massa, yaitu :

a. Menolak Kebijakan Reklamasi

Proyek Reklamasi yang sudah tertuang dalam Keputusan Presiden Nomor 52 Tahun 1995 menjadi polemik karena menyebabkan pencemaran lingkungan yang merugikan nelayan di Jakarta Utara dan hanya menguntungkan segelintir orang mampu karena hanya mereka yang dapat membeli properti di kawasan Reklamasi.

b. Menolak Penggusuran yang Tidak Manusiawi

Penggusuran yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta cenderung kasar dan semena-mena. Penggusuran tidak diiringi dengan solusi yang ada seperti penyediaan rumah susun pengganti dan akses transportasi yang memadai. Tim Pemenangan Anies dan Sandi bersikap bahwa penggusuran demi penertiban tata kota harus dilakukan secara manusiawi dan memberikan solusi bagi warga terdampak.

c. Serapan APBD DKI Jakarta yang Rendah

Dalam kepemimpinan petahana, beberapa kali disorot tentang serapan APBD yang rendah. Hal ini membuat Pemprov DKI Jakarta dianggap

tidak professional dalam merencanakan anggaran sehingga banyak anggaran yang tersisa.

d. Menuntut Kasus Ahok Segera Diproses

Tim Pemenangan Anies dan Sandi menuntut agar kasus penistaan agama yang menjerat Ahok untuk segera diproses demi berlakunya penegakan hukum di Indonesia serta menolak adanya intervensi dari pihak manapun selama proses hukum berlangsung.

Tim Pemenangan Anies dan Sandi menggunakan sikap tersebut untuk menggaet massa dan menguatkan basis massa yang dari awal sudah tidak suka dengan petahana. Kolaborasi antara relawan dan partai politik yang solid membuahkan hasil. Seluruh wilayah DKI Jakarta yang terdiri dari 5 wilayah administratif dan 1 kabupaten seluruhnya berhasil dimenangkan oleh Anies dan Sandi dengan selisih suara yang cukup jauh dengan petahana yang mempunyai tingkat kepuasan publik 72%.

c. **Harga (*Price*)**

Price dalam *Marketing* Politik berkaitan dengan harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis yang memberikan kenyamanan bagi pemilih untuk memilih kandidat misalnya, rasa nyaman dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan. Harga citra berkaitan kebanggaan yang diperoleh pemilih jika pemilih memilih kandidat tersebut. Kemudian, pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan menjadi kebanggaan bagi dirinya.

Price dalam hal citra dan psikologis berkaitan dengan manajemen isu yaitu cara menangkal isu-isu negatif yang menyerang kandidat dan penyikapan

serangan isu tersebut agar dapat diredam dan tidak menimbulkan spekulasi negatif kepada publik. Tim Pemenangan berusaha meminimalisasi harga produk politik mereka sendiri dan berupaya untuk meningkatkan harga produk politik lawan. Artinya, kandidat yang diusung berasal dari latar belakang suku, agama, ras dan kebudayaan yang dirasa nyaman oleh pemilih dan mempunyai citra dan reputasi yang positif dimata masyarakat.

Dalam mengikuti Pilkada DKI Jakarta 2017, Anies dan Sandi diterpa isu-isu negatif yang menyerang secara personal. Isu tersebut seperti Anies Baswedan pengikut Syiah, JIL dan kasus perusahaan Sandiaga Uno yang tercatat di *Panama Papers*. Isu tersebut cukup masif menyebar dan mengganggu pencalonannya di Pilkada. Isu ini beberapa kali harus diklarifikasi oleh Anies dan Sandi dalam kampanye di lapangan.

“Ya beberapa kali isu Syiah, JIL itu ditanyakan oleh masyarakat khususnya di lingkungan pengajian ya. Ya kami perintahkan timses baik relawan dan partai untuk mengklarifikasi dan memberikan fakta saja bahwa itu gak benar”⁵⁹

Anwar tidak mengerti siapa yang memproduksi isu-isu tersebut. Menurutnya, hal itu bersumber dari sosial media anonim yang menunggah konten berisi isu Anies pengikut Syiah dan disebarakan melalui berbagai *platform* media sosial. Implikasinya, masyarakat Jakarta yang melek teknologi akan dengan mudah untuk mengakses dan mempercayai isu tersebut. Untuk kasus *Panama Papers* yang menimpa Sandiaga Uno, Tim Pemenangan menyerahkan hal itu kepada pemerintah jika terbukti bersalah untuk ditindak. Namun, Tim Pemenangan yakin bahwa Sandiaga tidak bersalah.

⁵⁹ Wawancara dengan Anwar Ende, 16 Januari 2019

“Ya monggo kalo itu sebuah kejahatan, silakan ditangkap. Tapi, saya yakin Sandi gak salah. Kan beda antara urusan personal dan bisnis.”

Isu personal yang menyerang pasangan Anies dan Sandi disikap dengan cara yang positif oleh Tim Pemenangan. Tim Pemenangan berusaha untuk mengklarifikasi hal-hal yang menyerang kandidat dengan membeberkan fakta dan kebenaran yang ada kepada masyarakat dalam setiap kampanye yang dilakukan. Cara tersebut diyakini akan efektif ketimbang menyerang ke pembuat isu di media sosial yang berujung pada kegaduhan di media sosial.

“Dalam menyikapi serangan-serangan yang cenderung bohong dan tendesius menyerang pribadi, kita melawan dengan menunjukkan kebenaran dan fakta melalui klarifikasi isu-isu ya. Kita melawan dengan cara positif aja. Dengan cara positif, mudah-mudahan akan berakibat positif juga bagi kita.”⁶⁰

Selain isu yang menyerang secara personal, Anies dan Sandi juga diserang oleh isu yang berkaitan dengan arah kebijakan yang akan dibawa jika terpilih sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta. Isu tersebut ialah penerapan Jakarta Bersyariah, penghapusan Kartu Jakarta Pintar (KJP), Kartu Jakarta Sehat (KJS), dan penghapusan Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA). Isu tersebut secara sengaja dihembuskan oleh relawan pasangan Ahok dan Djarot dalam kampanye. Hal itu dilakukan karena KJP, KJS dan RPTRA adalah murni program buatan Ahok dan Djarot selama menjabat, sehingga ketika Ahok dan Djarot tidak terpilih, maka program-program tersebut tidak akan berlanjut.

“Memang, relawan berkampanye ke masyarakat untuk mempromosikan kebijakan yang sudah berjalan dan berhasil misalnya KJS, KJP, RPTRA dan pengaduan langsung ke gubernur setiap pagi di Balaikota. Narasi

⁶⁰ Wawancara dengan Mardani Ali Sera, 23 Januari 2019

kami, pilihlah kami biar KJS,RPTRA dan lain lain itu tetap berjalan. Kalo pilih yang lain, ya tidak tahu akan dilanjutkan atau tidak”

Relawan Ahok dan Djarot tersebut tidak secara gamblang mengatakan bahwa program KJS, KJP dan RPTRA akan dihapus oleh Anies dan Sandi. Namun, persepsi yang tersebar dimasyarakat adalah bahwa Anies dan Sandi akan menghapus KJS, KJP dan RPTRA. Tim Pemenangan menegaskan bahwa kebijakan dari petahana yang sudah berjalan dan berimplikasi baik bagi masyarakat akan tetap dilanjutkan oleh Anies dan Sandi. Hal itu terus dikampanyekan oleh relawan dan kader partai di lapangan selama kampanye berlangsung agar tidak menimbulkan fitnah dan *hoax*.

“Kebijakan yang bagus akan tetap kami lanjutkan, bahkan tingkatkan. KJP dan KJS akan kami tambah jadi KJP Plus dan KJS Plus agar lebih maksimal. RPTRA juga bagus. Pokoknya yang bagus akan kami lanjutkan.

Dalam menangkal isu penerapan Jakarta Beryariah yang beredar melalui spanduk dan pamflet, Tim Pemenangan melakukan safari politik ke berbagai elemen masyarakat yang berbeda suku, agama dan ras. Pasangan Anies dan Sandi beberapa kali mengunjungi tokoh-tokoh lintas keagamaan, seperti Keuskupan Agung Jakarta, Kantor Persekutuan Gereja Indonesia dan tokoh-tokoh dari agama lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk menegaskan bahwa Anies dan Sandi menjunjung tinggi keberagaman serta akan menjadi pemimpin bagi seluruh warga Jakarta tanpa memandang latar belakang.

Upaya menangkal isu yang menyerang kandidat melalui klarifikasi dan memberikan fakta dan kebenaran dalam setiap kampanye di akar rumput menjadi cara dari Tim Pemenangan Anies dan Sandi agar visi, misi dan program kerja

yang disampaikan dapat diterima dengan maksimal oleh masyarakat. Tim Pemenangan bekerja dengan keras agar isu negatif yang cenderung fitnah tersebut tidak menggerus dukungan masyarakat terhadap Anies dan Sandi.

d. Tempat (*Place*)

Upaya untuk memenangkan kandidat dalam Pilkada memerlukan sebuah riset untuk mengetahui peta dukungan dan basis politik berdasarkan wilayah. Setiap kandidat yang bertarung memiliki basis wilayah politik dukungan yang di dalamnya terdapat massa yang mempunyai kecenderungan untuk memilih kandidat tertentu. Setelah melakukan pemetaan basis wilayah politik, akan disimpulkan daerah yang menjadi basis politik kawan, daerah basis politik lawan dan daerah pertarungan atau *battlefield*.

Pada Pilkada DKI Jakarta Putaran I, Anies dan Sandi memenangkan perolehan suara di wilayah Jakarta Selatan sebesar 46,5% dan Jakarta Timur sebesar 41,7%. Empat wilayah tersisa dimenangkan oleh Ahok dan Djarot yaitu Jakarta Pusat (43%), Jakarta Barat (48,4%), Jakarta Utara (48,6%) dan Kepulauan Seribu (38,8%). Melihat hasil perolehan suara putaran pertama, Tim Pemenangan Anies dan Sandi memfokuskan kampanye di putaran kedua dengan melakukan kegiatan di wilayah basis Ahok dan Djarot yaitu Jakarta Barat dan Jakarta Utara. Upaya ini dilakukan oleh relawan dan kader partai untuk mendapat dukungan lebih guna memperoleh suara di basis lawan. Selain itu, Tim Pemenangan juga berupaya menggaet massa pemilih Agus dan Silvy yang berjumlah 937.955 di putaran pertama guna memperluas dukungan.

Mardani menjelaskan bahwa dalam pemetaan basis politik, secara rinci ia petakan basis massa pada tingkat kelurahan.

“Kami petakan basisnya per kelurahan, 267 kelurahan. Mana yang basis hijau yang basis kita, mana yang merah yang basis petahana, mana yang kuning yang *battlefield*. Kami fokus ke daerah *battlefield* dan mengambil suara di basis merah”⁶¹

Untuk meraih suara di basis lawan dan daerah pertarungan, Tim Pemenangan mengadakan *rembug reboan*, yaitu kegiatan setiap rabu malam yang berisi perkumpulan antar relawan dan tim pemenangan. Kegiatan tersebut dilakukan untuk mengkonsolidasikan kekuatan politik di akar rumput agar Anies dan Sandi dapat memenangkan Pilkada. *Rembug Reboan* dilakukan berbasis kelurahan. Ketika ada kelurahan yang kekurangan relawan dan kader partai, maka akan saling mengisi satu sama lain agar konsolidasi dapat berjalan dengan efektif. Kader partai pengusung yaitu Gerindra dan PKS pun bergerak dengan menugaskan calon anggota legislative baik yang terpilih menjadi anggota DPR/DPRD maupun tidak pada Pemilu 2014 untuk ikut berkampanye turun ke lapangan sesuai dengan daerah pemilihannya masing-masing.

Dalam upaya memenangkan suara di basis lawan dan mempertahankan suara di basis sendiri, seluruh kelompok masyarakat menjadi target utama untuk mendulang suara. Tim Pemenangan tidak mengkotak-kotakan kelompok masyarakat tertentu untuk menjadi target menjaring perolehan suara.

“Anies Sandi kampanye ke semua elem masyarakat mulai dari nelayan, pedagang, anak muda, Islam, Kristen, Buddha semuanya”⁶².

⁶¹ Wawancara dengan Mardani Ali Sera, 23 Januari 2019

⁶² Wawancara dengan Anwar Ende, 16 Januari 2019

Hal ini dilakukan juga sebagai penegasan bahwa jika nanti terpilih, Anies dan Sandi adalah pemimpin bagi seluruh masyarakat Jakarta tanpa adanya perbedaan.

3.5 Analisis Pilkada DKI Jakarta 2017

Pilkada merupakan cara paling kuat bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam sistem demokrasi. Sebuah instrument yang diperlukan bagi partisipasi ialah sistem pemilihan umum. Pilkada menjadi arena kompetisi untuk mengisi jabatan politik di pemerintahan yang didasarkan pada pilihan formal dari warga negara yang memenuhi syarat. Rangkaian Pilkada diikuti oleh kegiatan kampanye politik. Kampanye politik dilakukan untuk mengikhtiarkan kandidat yang dicalonkan, dipilih, atau dipilih kembali dalam suatu jabatan resmi⁶³. Pilkada memiliki empat prinsip pelaksanaan, yakni tersedianya kesempatan bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi, memungkinkan setiap pemilih dapat menentukan pilihannya tanpa adanya intimidasi, mampu menyediakan mekanisme dimana partai dan kandidat berkompetisi secara sehat dan *fair*, dan mengadakan pilkada sebagai sarana damai untuk mengadakan suatu perubahan.

Pilkada menjadi pasar politik tempat individu atau kelompok untuk berinteraksi dan melakukan kontrak sosial antara peserta pemilu dan rakyat sebagai pemilih yang memiliki hak pilih setelah mengikuti serangkaian aktivitas politik berupa kampanye, propaganda, iklan politik dan komunikasi politik *face to face* yang berisi penyampaian pesan mengenai program, ideology serta janji politik lainnya guna meyakinkan pemilih sehingga pada pencoblosan dapat

⁶³ Efriza, *Political Explorer*, Alfabeta, 2012, hlm 356

melakukan pilihannya terhadap salah satu peserta untuk menduduki posisi eksekutif. Terdapat lima alasan mengapa Pilkada merupakan bentuk dari penguatan demokrasi :

Pertama, partisipasi politik. Partisipasi politik adalah keterlibatan masyarakat dalam memilih segala keputusan yang menyangkut segala hal yang mempengaruhi kehidupannya. Partisipasi politik tingkat terendah dalam negara demokrasi adalah memilih seorang pemimpin dalam Pemilu/Pilkada. Dalam partisipasi politik di Pilkada, rakyat dapat memilih seorang pemimpin dengan bebas sesuai dengan hati nurani yang dianggap mampu memimpin dan memberikan keuntungan bagi masyarakat sebagai pemilih.

Pada Pilkada DKI Jakarta 2017, tingkat partisipasi pemilih dalam menggunakan hak pilihnya mencapai 78%, melewati target partisipasi pemilih nasional yang ditetapkan oleh KPU RI sebesar 77,5%. Tingginya presentase partisipasi pemilih dalam menggunakan hak pilihnya menunjukkan bahwa rakyat turut aktif dalam mengawal arah gerak pembangunan wilayahnya melalui mekanisme pemilihan kepala daerah. Selain itu, partisipasi yang tinggi juga memberikan kesadaran kepada rakyat bahwa mereka adalah pemegang kedaulatan tertinggi.

Kedua, kompetisi politik lokal. Pilkada memberikan ruang kepada kandidat untuk dapat berkompetisi secara adil dengan menyampaikan visi, misi dan program kerja kepada masyarakat. Pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta 2017 memberikan gambaran bahwa kompetisi politik tingkat lokal berjalan dengan

baik. Masyarakat diberikan tiga pilihan kandidat yang berlomba meyakinkan masyarakat siapakah kandidat terbaik melalui jualan visi, misi, dan program kerja. Partai politik dan relawan dari masing-masing kandidat juga bertarung di tingkat akar rumput untuk memenangkan kandidat yang didukung. Ini menunjukkan bahwa kompetisi politik lokal pada Pilkada DKI Jakarta 2017 berjalan dengan baik.

Ketiga, meminimalisir kecurangan. Kecurangan dalam Pilkada adalah maraknya politik uang dan penggunaan isu SARA dalam upaya memenangkan kontestasi. Pada saat Pilkada dilaksanakan, terdapat pemberian baik uang maupun benda untuk mempengaruhi pemilih dalam menentukan pilihannya. Selain itu, penggunaan isu SARA dalam menggaet pemilih juga terjadi dan cukup masif. Politik uang yang dilakukan khususnya oleh petahana tidak mampu memberikan sumbangsih suara yang signifikan terhadap perolehan suara petahana. Berbeda dengan penggunaan isu SARA yang dilakukan oleh beberapa tim sukses Anies dan Sandi yang mampu memberikan suara yang signifikan kepada Anies dan Sandi dan memenangkan Pilkada.

Keempat, akuntabilitas. Akuntabilitas merupakan bentuk pertanggungjawaban kinerja kepala daerah kepada masyarakat sebagai kostituen. Apabila kepala daerah tidak menjalankan tugasnya selama periode kepemimpinannya, maka dala periode selanjutnya rakyat tidak akan memilih kembali kepala daerah tersebut. Anomali terjadi pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Petahana menurut beberapa survei mempunyai kepuasan publik mencapai 75%, namun dalam Pilkada petahana mengalami kekalahan. Beberapa faktor yang melandasi kekalahan petahana adalah resistensi yang tinggi terhadap petahana,

menguatnya politik identitas serta masifnya politik uang yang mencederai citra dan reputasi petahana.

Pilkada DKI Jakarta 2017 yang menjadi bagian dari pelaksanaan Pilkada Serentak 2017 menjadi menarik daripada Pilkada di wilayah lain karena petahana yang mempunyai tingkat kepuasan publik yang tinggi mengalami kekalahan. Selain itu, dalam pelaksanaannya diwarani oleh naiknya politik identitas selama masa kampanye berlangsung. DKI Jakarta sebagai pusat pemerintahan negara membuat media massa nasional meliput Pilkada DKI Jakarta lebih intens daripada Pilkada Serentak di daerah lain.