PASKA MUNASLUB: Golkar Perlu Branding Baru?

LSI DENNY JA

Analis Survei Nasional, Mei 2016

Paska Munaslub : Golkar Perlu Branding Baru?

- Paska Munaslub dengan terpilihnya Setya Novanto (Ketum) dan Aburizal Bakrie (Ketua Dewan Pembina), bisakah Gokar berjaya kembali? Mayoritas publik sebesar 64.5% menyatakan Golkar bisa bangkit lagi sejauh muncul dengan branding baru, dengan gagasan, program dan tokoh representatif Golkar ke publik yang segar dan menjanjikan.

- Golkar pernah terpuruk ketika jatuhnya Orde Baru di tahun 1998. Namun karena pengalamannya, Golkar bisa bangkit lagi menjadi juara pemilu legislatif di tahun 2004. Golkar kembali terpuruk karena kisruh kepengurusan lebih dari satu tahun 2014-2016 lalu. Namun publik meyakini, karena pengalamannya Golkar bisa bangkit lagi, sejauh Golkar tak hanya melakukan pergantian ketum dan kepengurusan saja. Untuk jaya lagi, Golkar perlu branding baru, roh baru, gagasan baru, strategi baru yang lebih besar ketimbang pergantian kepengurusan biasa.

- Demikian salah satu temuan survei Lingkaran Survei Indonesia – Denny JA. LSI Denny JA kembali mengadakan survei opini publik 2 – 7 Mei 2016, menjelang Munaslub Golkar. Survei ini bertujuan menangkap aspirasi masyarakat terkait babak baru Golkar paska munaslub. Survei menggunakan multistage random sampling dengan 1200 responden di 34 propinsi di Indonesia melalui *Quickpoll*. Margin of error survei ini adalah +/- 2.9%. Kami juga melengkapi survei dengan penelitian kualitatif dengan metode analisis media, FGD, dan *in depth interview.* Survei ini didanai sendiri oleh LSI Denny JA.

- Bagaimana solusi agar Golkar berjaya kembali? Hanya sebesar 12.8% publik yang meyakini solusinya adalah Golkar menjadi pemimpin oposisi yang konsisten. Hanya sebesar 7.9% yang meyakini solusinya adalah Golkar dipimpin oleh ketua umum baru yang tak bermasalah. Masalah Golkar kini memang lebih dari sekedar pengurus baru atau re-positioning di pemerintahan, tapi sebuah branding baru.

- Mayoritas yang mengharap branding baru Golkar ini merata di semua segmen pemilih. Namun ia lebih kuat di segmen pemilih kota, pendidikan tinggi, ekonomi menengah atas. Mereka adalah segmen yang lebih punya akses terhadap informasi.

- Pemilih Kota sebanyak 68,5% mengharapkan Golkar menampilkan branding baru. Untuk pemilih desa, sebanyak 62,6 % mengharapkan branding baru,

- Pemilih dengan ekonomi menengah atas, mayoritas (66,6%) mengharapkan Golkar branding baru. Begitu pula dengan Pemilih kalangan terdidik, mayoritas (67,8%) menginginkan Golkar branding baru.

*****

•Dari hasil riset, LSI Denny JA menemukan konflik elit lebih dari setahun membuat Golkar terpuruk dalam empat hal. Keempat hal tersebut antara lain:

•***Pertama***, dari dukungan publik: Golkar masih nomor dua namun semakin berjarak dengan pemenang pemilu 2014. Kita mencatat hasil pileg Juli 2014, PDIP mendapatkan 18.95% suara, dan Golkar di angka 14.75%. Sekarang, hasil survei terbaru LSI (Mei 2016) memperlihatkan dukungan terhadap Golkar turun di angka 10.8%, selisih sekitar 10% dengan PDIP yang berada diangka 21.5%. Memang Golkar masih di urutan kedua tetapi jaraknya semakin jauh. Golkar lebih dekat dengan posisi ketiga yaitu Gerindra yang berada diangka 9.8%, dan Demokrat di angka 7.5%. Partai lainnya masing-masing dibawah 5%. Tidak tahu/tidak jawab diangka 29.7%.

•***Kedua***, Perolehan kemenangan pilkada 2015: Golkar yang biasanya unggul teratas, diatas 50%, kini terpuruk hanya di urutan 9, yang totalnya di bawah 30%. Ia tak hanya dibawah PDIP, tapi dibawah perolehan partai lain pula. Perolehan kemenangan pilkada serentak 2015 (dari Rekapitulasi Pilkada, LSI 2015) PDIP di 105 daerah (rangking 1), Gerindra di 87 daerah (rangking 2), Demokrat di 68 daerah (rangking 6), dan Golkar di 49 daerah (rangking 9).

- ***Ketiga***, Kegamangan Sikap Politik: pertama kalinya Golkar 2015 menjadi pemimpin oposisi (KMP). Namun sikap ini rentan di dalam, yang justru akhirnya menyeret Golkar dalam konflik berkepanjangan. Golkar akibatnya tidak kokoh sebagai pemimpin oposisi. Di sisi lain, Golkar juga belum menjadi bagian penting pemerintahan Jokowi.

- Pemilih Golkar sendiri menginginkan Golkar kembali ke khitahnya sebagai partai yang berperan di pemerintahan. Hasil survei memperlihatkan, 70,5% menginginkan Golkar gabung ke pemerintah. 18.7% menginginkan Golkar oposisi, dan sisanya 10.8% tidak tahu/tidak jawab.

- ***Keempat***, Golkar belum siap dengan alternatif pemimpin nasional untuk bersaing dalam pilpres 2019. Agar maksimal sebagai partai pengatur kebijakan, sebuah partai tak hanya harus menang dalam pemilu legislatif. Ia juga harus menang dalam pemilu presiden.

- Praktis kini hanya PDIP dan Gerindra yang punya stock kuat untuk capres: Jokowi dan Prabowo. Golkar selaku partai pemenang kedua belum siap. Jika Pilpres hari ini, sebanyak 45.5% menjawab akan memilih Jokowi sebagai presiden. 27.0% akan memilih Prabowo. Aneka calon lain dibawah 10% (SBY dan Megawati tidak di uji).

*****

Empat langkah yang harus disiapkan Golkar jika ingin berjaya kembali:

- ***Pertama***, Bergabung dalam pemerintahan Jokowi dan mendapatkan kursi kabinet (sesuai dengan harapan pemilih agar Golkar kembali ke khitah, sebagai partai yang berperan di pemerintahan)

- ***Kedua***, Kembali berjaya di pilkada 2017, 2018 dengan kemenangan seperti sebelumnya >50% (kembali ke era kejayaan Golkar sebelum konflik kepengurusan)

- ***Ketiga***, Menyiapkan calon presiden atau wapres yang kuat, dan segar. Praktis tak ada kader Golkar yang pernah menang dalam pilpres langsung sejak pemilu 2004. Tanpa calon Golkar menjadi presiden, Golkar tak lengkap mengendalikan pemerintahan.

- ***Keempat***, Menawarkan aneka program/agenda nasional, dan menampilkan elit baru Golkar yang segar untuk menjadi branding baru Golkar. Ini yang harus dirumuskan oleh pengurus baru di bawah Setya Novanto dan Aburizal Bakrie.

Mayoritas publik tetap meyakini Golkar mampu bangkit lagi, sesuai dengan pengalamannya, sejauh Golkar tampil dengan branding baru, dengan gagasan, program dan elit baru yang segar. Hanya pergantian kepengurusan tak cukup untuk membangkitkan Golkar kembali.

Rabu, 18 Mei 2016

Lingkaran Survei Indonesia - Denny JA

Narasumber : Ardian Sopa (0819.88.2020)

Moderator : Dewi Arum (0812.80382407)

Tim Riset LSI :

Adjie Alfaraby, Ardian Sopa, Ade Mulyana, Rully Akbar, Fitri Hari, Dewi Arum.

Track Record LSI

Prediksi Survei Yang Diiklankan Sebelum PILEG 2014

NAMA PARTAI	PREDIKSI LSI*	HASIL KPU	TERBUKTI/TIDAK TERBUKTI
PDIP	DIATAS 16%	18.95%	TERBUKTI
GOLKAR	DIATAS 16%	14.75%	*Selisih 1,3%
GERINDRA	8-16%	11.81%	TERBUKTI
DEMOKRAT	8-16%	10.19%	TERBUKTI
PKB	3,5%-8%	9.04%	* Selisih 1.05%
PAN	3,5%-8%	7.59%	TERBUKTI
PKS	3,5%-8%	6.79%	TERBUKTI
NASDEM	3,5%-8%	6.72%	TERBUKTI
PPP	3,5%-8%	6.53%	TERBUKTI
HANURA	3,5%-8%	5.26%	TERBUKTI
PBB	TIDAK LOLOS PT	1.46%	TERBUKTI
PKPI	TIDAK LOLOS PT	0.91%	TERBUKTI

Dimuat, antara lain di Rakyat Merdeka 8 April 2014, hal 12

Sehari Sebelum PILEG

Hanya 2 partai dari 12 partai yang selisih 1.3%

Track Record LSI

Prediksi Survei Yang Diiklankan
Sebelum PILPRES 2009

DUKUNGAN PEMILIH	SURVEI LSI AWAL JUNI 2009	SURVEI LSI AKHIR JUNI 2009	PREDIKSI PEMENANG PILPRES 2009	HASIL KPU
DI ATAS 50%	SBY-BOEDIONO	SBY-BOEDIONO	SBY-BOEDIONO	TERBUKTI
30%-50%	-	-	-	-
DI BAWAH 30%	MEGA-PRABOWO JK-WIRANTO	MEGA-PRABOWO JK-WIRANTO	-	TERBUKTI

Dimuat di KOMPAS pada tanggal 3 Juli 2009 halaman 3.

Tepat 5 hari sebelum Pemilihan Presiden 2009.

Track Record LSI
Quick Count Paling Akurat

Pasangan Capres-Cawapres	Quick Count LSI (Data 100 %)	Hasil Resmi KPU 22 Juli 2014
Prabowo-Hatta	46. 70 %	46. 85 %
Jokowi-JK	53. 30 %	53. 15 %
*Simpangan baku antara hasil KPU vs LSI hanya 0. 15 %		

METODOLOGI SURVEI

Pengumpulan Data : 2 – 7 Mei 2016

- Quickpoll (smartphone LSI)
- Metode sampling : multistage random sampling
- Jumlah responden : 1200 responden
- Margin of error : ± 2.9 %

Survei dilengkapi dengan Riset Kualitatif
- FGD di tujuh ibu kota propinsi terbesar
- In Depth Interview
- Analsis media nasional

Semua pemilih di Indonesia mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi responden

Mayoritas Publik : Golkar Perlu Branding Baru

Q : Menurut ibu/bapak Apa Yang Perlu Dilakukan Golkar untuk berjaya Kembali?

Jawaban	(%)
Golkar Perlu Branding Baru dengan program dan tokoh nasional yang menjanjikan	**64.5%**
Golkar menjadi Pemimpin Oposisi yang yang konsisten	12.8%
Golkar dipimpin oleh ketum baru yang tak bermasalah	7.9%
Jawaban Lainnya	6.3%
Tidak Tahu / Tidak Jawab	8.5%

64.5% publik menyatakan Untuk Berjaya Kembali Golkar Perlu Branding Baru dengan Program dan Tokoh nasional yang menjanjikan

Desa/Kota : Branding Baru

Q : Menurut ibu/bapak Apa Yang Perlu Dilakukan Golkar untuk berjaya Kembali?

Wilayah	Base	Branding Baru	Pemimpin Oposisi	Ketum Tidak Bermasalah	Lain - Lain	TT/TJ
Desa	75.89 %	62,6%	10,8%	8,3%	5,7%	12,6%
Kota	24.11 %	68,5%	14,2%	7,7%	7,5%	2,1%

Mayoritas masyarakat Pedesaan maupun Perkotaan menyatakan Golkar Perlu Branding Baru untuk Berjaya Kembali.

Pendapatan Bawah - Atas : Branding Baru

Q : Menurut ibu/bapak Apa Yang Perlu Dilakukan Golkar untuk berjaya Kembali?

Tingkat Pendapatan	Base	Branding Baru	Pemimpin Oposisi	Ketum Tidak Bermasalah	Lain - Lain	TT/TJ
Menengah – Bawah	45.89 %	62,8%	11,3%	9,5%	7,3%	9,1%
Menengah	29.48 %	63,6%	13,8%	9,7%	6,3%	6,6%
Menengah Atas	24.63 %	66,0%	12,7%	6,2%	5,4%	9,7%

Kalangan Pendapatan Menengah Atas paling kuat menyatakan untuk Berjaya Kembali, Golkar Perlu Branding Baru.

Pendidikan Rendah - Tinggi : Branding Baru

Q : Menurut ibu/bapak Apa Yang Perlu Dilakukan Golkar untuk berjaya Kembali?

Tingkat Pendidikan	Base	Branding Baru	Pemimpin Oposisi	Ketum Tidak Bermasalah	Lain - Lain	TT/TJ
SMP kebawah	48.13 %	63,5%	12,8%	8,4%	7,7%	7,6%
SMA Kebawah	38.43 %	64,5%	12,6%	7,5%	7,2%	8,2%
Pernah Kuliah	13.44 %	67,8%	11,5%	6,3%	5,6%	8,8%

Kalangan Pendidikan Tinggi (Pernah Kuliah) paling kuat menyatakan untuk Berjaya Kembali, Golkar Perlu Branding Baru.

4 Hal Akibat Konflik Elit Golkar 2015-2016

(1) Dukungan Publik Merosot

Golkar masih nomor dua namun **semakin berjarak** dengan pemenang pemilu 2014.

Selisih 10.7% yang awalnya hanya 4.2%

Partai	Pileg Juli 2015	Survei Mei 2016
PDIP	18.95%	21.5%
Golkar	14.75%	10.8%
Gerindra	-	9.8%
Demokrat	-	7.5%
Partai Lainnya	-	<5%
TT/TJ	-	29.7%

(2) Jeblok di Pilkada 2015

Perolehan kemenangan pilkada 2015 Jeblok.

Golkar yang biasanya unggul teratas, diatas 50%, kini terpuruk hanya di urutan 9, yang totalnya di bawah 30%.

Partai	Daerah Menang	Rangking Partai
PDIP	105	1
Gerindra	87	2
Demokrat	68	6
Golkar	49	9

Sumber : Rekapitulasi Pilkada, LSI 2015

(3) Kegamangan Sikap Politik

Pertama kalinya Golkar 2015 menjadi pemimpin oposisi (KMP).

Namun sikap ini rentan di dalam, yang justru akhirnya menyeret Golkar dalam konflik berkepanjangan.

Golkar akibatnya tidak kokoh sebagai pemimpin oposisi. Di sisi lain, Golkar juga belum menjadi bagian penting pemerintahan Jokowi.

Sikap Pemilih Golkar	%
Golkar Gabung Pemerintah	70.5%
Golkar Menjadi Oposisi	18.7%
TT/TJ	10.8%

Survei LSI Mei 2016

(4) Belum Siap Alternatif Pemimpin Nasional

Golkar belum siap dengan alternatif pemimpin nasional untuk bersaing dalam pilpres 2019.

Praktis kini hanya PDIP dan Gerindra yang punya stock kuat untuk capres: Jokowi dan Prabowo. Golkar selaku partai pemenang kedua belum siap.

Q : Jika Pilpres dilaksanakan hari ini, siapakah yang akan ibu/bapak pilih?

Kandidat	Survei Mei 2016
Jokowi	45.5%
Prabowo	27.0%
Aneka Calon Lain	<10%

4 Hal untuk Golkar Kembali Jaya

(1) Bergabung dalam Pemerintahan

Pertama, Bergabung dalam pemerintahan Jokowi dan mendapatkan kursi kabinet.

Golkar kembali ke khitah, sebagai partai yang berperan di pemerintahan.

(2) Berjaya di Pilkada 2017, 2018

Kedua, Kembali berjaya di pilkada 2017, 2018 dengan kemenangan seperti sebelumnya >50%.

Kembali ke era kejayaan Golkar sebelum konflik kepengurusan.

(3) Menyiapkan Calon Presiden/Wapres

Ketiga, Menyiapkan calon presiden atau wapres yang kuat, segar.

Tanpa calon Golkar menjadi presiden, Golkar tak lengkap mengendalikan pemerintahan.

(4) Branding Baru Golkar

Keempat, Menawarkan sebuah program/agenda nasional dengan elit tokoh yang segar, untuk menjadi branding baru Golkar (*yang harus dirumuskan oleh pengurus baru*).

untuk berjaya kembali, Golkar tak cukup dengan pergantian Ketua Umum, tapi perlu branding baru.

THANK YOU