

**STRATEGI POLITIK *PIGGYBACKING* DALAM PARTAI POLITIK BARU DI INDONESIA: SEBUAH *SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW* DENGAN FOKUS PADA PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA (PSI)**

**Mustakim**

Program Studi Administrasi Negara, Universitas Cenderawasih

Email Korespondensi: mustakim17081991@gmail.com

**ABSTRACT**

Piggybacking political strategies have increasingly gained attention in the study of new political parties, particularly in the context of a competitive and figure-oriented party system. This article aims to systematically examine how piggybacking politics is defined, conceptualized, and analyzed in the academic literature on new political parties in Indonesia, with a focus on the Indonesian Solidarity Party (PSI). This research uses a Systematic Literature Review (SLR) approach with reference to PRISMA guidelines, through a search of scientific articles indexed in Scopus, Web of Science, Google Scholar, and SINTA. Data were analyzed using thematic synthesis to identify patterns, dominant themes, implications, and research gaps in the reviewed literature. The SLR results indicate that piggybacking politics in the literature is generally understood as a strategy of symbolic and electoral reliance on figures, issues, or narratives that already have public legitimacy, particularly as a response to the weak institutionalization of new political parties. In studies on PSI, piggybacking strategies are reported to emerge in the form of political personalization, the use of national figures, and the strengthening of branding and political communication based on popular issues. The dominant themes identified include political personalization as a substitute for institutionalization, party image politics, and the ideological ambiguity of new political parties. Furthermore, the literature assesses that the piggybacking strategy has ambivalent implications. On the one hand, this strategy is effective in increasing PSI's visibility and symbolic differentiation in the short term. On the other hand, excessive reliance on figures has the potential to limit the party's ideological independence and institutional sustainability in the long term. This study concludes that PSI is not a theoretical anomaly, but rather a contextual variant of the general pattern of new political parties operating within the framework of global political personalization. This article contributes to enriching the study of new political party strategies by positioning piggybacking politics as a structural phenomenon in Indonesian electoral democracy, while also offering a further research agenda and policy implications for strengthening political party institutionalization.

**Keywords:** Piggy backing, Political personalization, New political parties, PSI.

**ABSTRAK**

Strategi politik *piggybacking* semakin menjadi perhatian dalam kajian partai politik baru, terutama dalam konteks sistem kepartaian yang kompetitif dan berorientasi pada figur. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara sistematis bagaimana politik *piggybacking* didefinisikan, dikonseptualisasikan, dan dianalisis dalam literatur akademik tentang partai politik baru di Indonesia, dengan fokus pada Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengacu pada pedoman PRISMA, melalui penelusuran artikel ilmiah terindeks Scopus, *Web of Science*, Google Scholar, dan SINTA. Data dianalisis menggunakan sintesis tematik untuk mengidentifikasi pola, tema dominan, implikasi, serta kesenjangan riset dalam literatur yang ditinjau. Hasil SLR menunjukkan bahwa politik *piggybacking* dalam literatur umumnya dipahami sebagai strategi ketergantungan simbolik dan elektoral pada figur, isu, atau narasi yang telah memiliki legitimasi publik, terutama sebagai respons atas lemahnya institusionalisasi partai politik baru. Dalam studi-studi mengenai

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id](mailto:redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id)

136

Indexed



SINTA 4

PKP|INDEX



PSI, strategi *piggybacking* dilaporkan muncul dalam bentuk personalisasi politik, pemanfaatan figur nasional, serta penguatan branding dan komunikasi politik berbasis isu populer. Tema-tema dominan yang teridentifikasi meliputi personalisasi politik sebagai substitusi institusionalisasi, politik pencitraan partai, dan ambiguitas ideologis partai politik baru. Lebih lanjut, literatur menilai bahwa strategi *piggybacking* memiliki implikasi yang bersifat ambivalen. Di satu sisi, strategi ini efektif dalam meningkatkan visibilitas dan diferensiasi simbolik PSI dalam jangka pendek. Di sisi lain, ketergantungan berlebihan pada figur berpotensi membatasi kemandirian ideologis dan keberlanjutan institusional partai dalam jangka panjang. Studi ini menyimpulkan bahwa PSI bukan merupakan anomali teoretis, melainkan varian kontekstual dari pola umum partai politik baru yang beroperasi dalam kerangka personalisasi politik global. Artikel ini berkontribusi pada pengayaan kajian strategi partai politik baru dengan menempatkan politik *piggybacking* sebagai fenomena struktural dalam demokrasi elektoral Indonesia, sekaligus menawarkan agenda riset lanjutan dan implikasi kebijakan bagi penguatan institusionalisasi partai politik.

**Kata kunci:** *Piggy backing*, Personalisasi politik, Partai politik baru, PSI.

## PENDAHULUAN

Perkembangan demokrasi elektoral di berbagai negara menunjukkan bahwa kemunculan partai politik baru sering kali berlangsung dalam kondisi kompetisi yang asimetris, terutama ketika berhadapan dengan partai-partai mapan yang telah memiliki basis organisasi dan elektoral yang kuat. Dalam situasi tersebut, partai politik baru kerap menghadapi keterbatasan sumber daya, rendahnya tingkat pengenalan publik, serta lemahnya institusionalisasi partai. Literatur tentang pembentukan dan keberhasilan partai baru menegaskan bahwa kondisi ini mendorong adopsi strategi politik yang bersifat adaptif, termasuk pemanfaatan figur politik yang telah memiliki legitimasi dan popularitas tinggi (Harmel & Robertson, 1985; Tavits, 2008).

Salah satu strategi yang relevan dalam konteks tersebut adalah politik *pigg backing*, yaitu praktik politik di mana aktor atau organisasi politik memperoleh keuntungan elektoral dengan “menumpang” pada popularitas, reputasi, atau legitimasi aktor lain. Dalam kajian politik elektoral, strategi ini beririsan erat dengan konsep *personalization of politics* dan *coattail effect*, yang menjelaskan bagaimana daya tarik figur pemimpin dapat memengaruhi pilihan pemilih terhadap partai atau kandidat lain yang diasosiasikan dengannya (Shugart et al., 2005; Karvonen, 2010). Fenomena ini semakin menguat dalam sistem politik yang berorientasi pada media, figur publik, dan simbol personal.

Literatur tentang partai politik baru menunjukkan bahwa personalisasi dan ketergantungan pada figur politik sering kali menjadi strategi jangka pendek untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing elektoral, khususnya pada fase awal kemunculan partai. Tavits (2013) menegaskan bahwa rendahnya tingkat institusionalisasi partai mendorong partai baru untuk mengaitkan identitas politiknya dengan figur yang telah dikenal luas oleh publik, baik melalui posisi kekuasaan formal maupun modal simbolik yang dimilikinya.

Dalam konteks Indonesia, dinamika tersebut menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan posisi Joko Widodo sebagai figur politik dengan tingkat pengenalan dan legitimasi publik yang sangat tinggi. Sejumlah studi tentang personalisasi politik di Indonesia menunjukkan bahwa pengaruh figur presiden tidak hanya terbatas pada kinerja pemerintahan, tetapi juga berdampak pada konfigurasi dukungan politik lintas partai dan pembentukan preferensi pemilih. Dalam kerangka ini, keterkaitan simbolik maupun politik antara figur presiden dan partai politik tertentu berpotensi menghasilkan efek *piggybacking* yang signifikan.

Fenomena tersebut semakin kompleks ketika keterkaitan politik tidak hanya melibatkan figur presiden, tetapi juga anggota keluarganya yang terjun langsung ke arena politik elektoral dan kepartaian. Posisi anak dari mantan Presiden Joko Widodo dalam struktur dan aktivitas politik Partai Solidaritas

Indonesia (PSI) telah menjadi perhatian dalam diskursus akademik dan publik. Dari perspektif teori politik elektoral, relasi ini dapat dipahami sebagai bentuk personalisasi lanjutan, di mana legitimasi dan popularitas figur utama berpotensi “ditransfer” secara simbolik kepada partai politik baru melalui afiliasi keluarga dan narasi kesinambungan politik.

Meskipun demikian, kajian akademik yang membahas keterkaitan antara posisi Presiden Joko Widodo, keterlibatan anggota keluarganya, dan strategi politik PSI masih tersebar dan bersifat parsial. Sebagian studi menempatkan fenomena ini dalam kerangka politik dinasti, sementara studi lain menekankannya sebagai strategi komunikasi dan branding politik. Hingga saat ini, belum terdapat kajian yang secara sistematis memetakan bagaimana literatur akademik menginterpretasikan fenomena tersebut dalam kerangka politik *piggybacking*, khususnya dalam konteks partai politik baru di Indonesia.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, artikel ini bertujuan untuk melakukan *Systematic Literature Review* (SLR) terhadap studi-studi terindeks bereputasi yang membahas strategi politik *piggybacking* dalam partai politik baru di Indonesia, dengan fokus pada Partai Solidaritas Indonesia (PSI) serta keterkaitannya dengan posisi Presiden Joko Widodo dan anggota keluarganya dalam dinamika politik kontemporer. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemetaan konseptual yang lebih komprehensif, mengidentifikasi tema-tema dominan dalam literatur, serta merumuskan agenda riset lanjutan yang relevan bagi kajian politik elektoral Indonesia.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) untuk mengkaji secara sistematis literatur akademik yang membahas strategi politik *piggybacking* dalam konteks partai politik baru di Indonesia, dengan fokus pada Partai Solidaritas Indonesia (PSI) serta keterkaitannya dengan figur politik berpengaruh. Pendekatan ini dipilih untuk mensintesis temuan-temuan ilmiah yang selama ini tersebar dalam berbagai studi mengenai personalisasi politik, *coattail effect*, partai politik baru, dan relasi figur-partai dalam demokrasi elektoral.

Secara konseptual, SLR ini berpijak pada literatur tentang personalisasi politik (Karvonen, 2010), pengaruh figur terhadap performa partai (*coattail effect*) (Shugart et al., 2005), serta dinamika dan tantangan institusionalisasi partai politik baru (Harmel & Robertson, 1985; Tavits, 2008). Kerangka konseptual ini digunakan sebagai landasan dalam proses pencarian, seleksi, dan sintesis literatur, sehingga hasil SLR tidak bersifat deskriptif semata, melainkan analitis dan teoritis.

Proses review dilakukan dengan mengacu pada pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA). Penggunaan protokol PRISMA bertujuan untuk menjamin transparansi, konsistensi, serta replikabilitas proses penelitian, sekaligus meminimalkan bias seleksi literatur. Tahapan PRISMA yang diterapkan meliputi identifikasi, penyaringan, penilaian kelayakan, dan inklusi akhir artikel.

Pencarian literatur dilakukan melalui basis data akademik bereputasi, yaitu Scopus, *Web of Science* (WoS), Google Scholar, dan SINTA. Strategi pencarian dirancang untuk menangkap literatur yang relevan dengan tiga klaster utama kajian, yaitu:

- piggybacking*, personalisasi politik, dan *coattail effect*;
- partai politik baru dan institusionalisasi partai;
- studi tentang PSI, figur presiden, dan relasi figur-partai di Indonesia.

Pendekatan ini memastikan bahwa literatur yang terpilih memiliki keterkaitan langsung dengan kerangka teoretis yang telah dijelaskan pada bagian pendahuluan.

Untuk menjaga kualitas dan relevansi sintesis, ditetapkan kriteria sebagai berikut:

### Kriteria Inklusi

- artikel jurnal atau prosiding ilmiah yang terindeks Scopus, WoS, SINTA, atau bereputasi setara.
- studi yang membahas personalisasi politik, *coattail effect*, strategi partai politik, atau partai politik baru.

### Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

[redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id](mailto:redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id)

- c. artikel yang mengkaji PSI, figur presiden, atau relasi figur–partai dalam konteks Indonesia.
- d. artikel berbahasa Indonesia atau Inggris dengan teks lengkap.

#### Kriteria Eksklusi

- a. artikel non-ilmiah (opini media, editorial, berita).
- b. publikasi tanpa metodologi yang jelas.
- c. studi yang hanya bersifat normatif tanpa analisis konseptual atau empiris.
- d. artikel duplikat.

Kriteria ini dirancang untuk memastikan bahwa hasil SLR didominasi oleh literatur yang secara teoretis kuat dan relevan dengan argumen pendahuluan.

Proses seleksi dilakukan secara bertahap. Artikel yang diperoleh dari pencarian awal terlebih dahulu diseleksi untuk menghilangkan duplikasi. Selanjutnya dilakukan penyaringan judul dan abstrak untuk menilai kesesuaian dengan fokus kajian *piggybacking*, partai politik baru, dan relasi figur–partai. Artikel yang lolos tahap ini kemudian ditelaah secara penuh untuk memastikan kesesuaian dengan kerangka konseptual dan kriteria inklusi sebelum dimasukkan ke dalam tahap sintesis akhir.

Data dari setiap artikel yang terpilih diekstraksi menggunakan lembar ekstraksi terstruktur yang mencakup:

- a. penulis dan tahun publikasi
- b. konteks negara dan sistem politik
- c. fokus kajian (personalisasi, *coattail effect*, partai baru, figur presiden)
- d. definisi dan penggunaan konsep *piggybacking*
- e. temuan utama
- f. implikasi teoretis dan praktis

Pendekatan ini memungkinkan keterkaitan langsung antara literatur pendahuluan dan temuan hasil SLR.

Sintesis data dilakukan menggunakan sintesis tematik berbasis kerangka konseptual. Tema-tema dikembangkan secara induktif dari temuan literatur dan secara deduktif dipandu oleh konsep personalisasi politik, *coattail effect*, dan institusionalisasi partai. Dengan demikian, hasil SLR tidak hanya mengelompokkan temuan, tetapi juga menjelaskan bagaimana dan mengapa strategi *piggybacking* dipahami serta dianalisis dalam literatur, khususnya terkait PSI dan figur presiden. Pendekatan sintesis ini dirancang untuk menghasilkan temuan yang kuat secara teoretis dan relevan untuk dibahas lebih lanjut pada bagian pembahasan.

## PEMBAHASAN

### 1. Hasil *Systematic Literature Review*

Bagian ini menyajikan hasil sintesis tematik dari literatur akademik terpilih yang membahas strategi politik *piggybacking* dalam konteks partai politik baru di Indonesia, dengan fokus pada Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Hasil disusun berdasarkan lima *Research Questions* (RQ) yang telah dirumuskan sebelumnya.

#### 1.1 Konseptualisasi Politik *Piggybacking* dalam Literatur Akademik

Hasil sintesis menunjukkan bahwa literatur akademik tidak selalu menggunakan istilah *piggybacking* secara eksplisit, tetapi mengonseptualisasikannya melalui sejumlah kerangka teoritis yang beririsan. Dalam kajian partai politik baru, *piggybacking* umumnya dipahami sebagai strategi ketergantungan simbolik dan elektoral pada figur, isu, atau entitas politik yang telah memiliki legitimasi publik. Konsep ini sering dipadukan dengan teori personalisasi politik, *coattail effect*, serta literatur tentang kelemahan institusionalisasi partai baru.

Dalam konteks Indonesia, *piggybacking* dipahami sebagai respons strategis terhadap keterbatasan struktural partai baru, seperti minimnya jaringan akar rumput dan lemahnya identitas ideologis yang mapan. Literatur menempatkan strategi ini bukan semata-mata sebagai pilihan taktis, melainkan sebagai

#### Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)  
[redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id](mailto:redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id)

mekanisme *survival* politik pada tahap awal siklus hidup partai. Dengan demikian, *piggybacking* diposisikan sebagai bagian dari strategi adaptif partai baru dalam sistem kepartaian yang kompetitif.

## 1.2 Bentuk Strategi Politik *Piggy Backing* dalam Studi tentang PSI

Sintesis literatur mengidentifikasi beberapa bentuk utama strategi *piggybacking* yang dikaitkan dengan PSI. Pertama, *piggybacking* figur politik, yaitu pengaitan citra dan narasi partai dengan figur nasional yang memiliki tingkat popularitas dan legitimasi tinggi. Strategi ini dipahami sebagai upaya mempercepat pengenalan partai kepada publik tanpa melalui proses institusionalisasi yang panjang. Kedua, *piggybacking* isu, yakni pemanfaatan isu-isu publik yang telah memiliki resonansi luas—seperti antikorupsi, pluralisme, dan representasi generasi muda—sebagai jangkar identitas partai.

Literatur menilai bahwa strategi ini memungkinkan PSI membangun diferensiasi simbolik dari partai mapan, meskipun berisiko menghasilkan identitas ideologis yang cair. Ketiga, *piggybacking* simbolik dan naratif, di mana PSI mengaitkan dirinya dengan simbol perubahan, modernitas, dan reformasi politik. Narasi ini sering kali diperkuat melalui komunikasi media dan media sosial, yang oleh literatur dipandang sebagai arena utama kompetisi partai baru.

## 1.3 Tema-tema Dominan dalam Literatur tentang *Piggybacking* PSI

Dari hasil sintesis tematik, terdapat beberapa tema dominan yang konsisten muncul dalam literatur mengenai strategi *piggybacking* PSI. Tema pertama adalah personalisasi politik sebagai strategi substitusi institusionalisasi. Literatur menyoroti bahwa ketergantungan pada figur dan simbol populer dipandang sebagai pengganti sementara atas kelemahan struktur organisasi partai. Tema kedua adalah politik pencitraan dan branding partai. PSI sering dianalisis sebagai partai yang menempatkan komunikasi politik dan citra publik sebagai instrumen utama konsolidasi dukungan, sehingga strategi *piggybacking* dipahami sebagai bagian dari manajemen citra politik. Tema ketiga adalah ambiguitas ideologis partai baru. Sejumlah studi mencatat bahwa strategi *piggybacking* berpotensi memperkuat visibilitas jangka pendek, tetapi sekaligus mengaburkan posisi ideologis partai dalam jangka panjang.

## 1.4 Dampak dan Implikasi Strategi *Piggybacking* terhadap Posisi PSI

Literatur menilai bahwa strategi *piggybacking* memiliki implikasi yang bersifat ambivalen terhadap posisi PSI dalam dinamika politik elektoral Indonesia. Di satu sisi, strategi ini dinilai efektif dalam meningkatkan pengenalan publik dan memperluas jangkauan simbolik partai, khususnya di kalangan pemilih muda dan pemilih perkotaan. Di sisi lain, sejumlah studi menekankan bahwa ketergantungan berlebihan pada figur dan simbol eksternal berpotensi membatasi kemandirian politik partai.

Dalam jangka panjang, strategi *piggybacking* dinilai dapat menciptakan ketergantungan struktural, di mana daya tarik partai sangat dipengaruhi oleh dinamika popularitas figur yang ditumpangangi, termasuk figur presiden seperti Joko Widodo dan relasi keluarga dalam politik kontemporer. Literatur juga menyoroti bahwa strategi ini dapat memicu persepsi publik tentang lemahnya institusionalisasi dan otonomi partai, yang berdampak pada kredibilitas politik PSI dalam jangka menengah dan panjang.

## 1.5 Kesenjangan Teoretis dan Empiris dalam Kajian *Piggybacking*

Hasil SLR mengidentifikasi sejumlah kesenjangan riset yang signifikan. Secara teoretis, literatur tentang *piggybacking* di Indonesia masih didominasi oleh adopsi konsep global tanpa pengembangan kerangka analitis yang kontekstual. Konsep *piggybacking* sering digunakan secara implisit tanpa definisi operasional yang konsisten. Secara empiris, sebagian besar studi tentang PSI bersifat deskriptif dan berfokus pada periode elektoral tertentu, sehingga belum memberikan gambaran longitudinal mengenai dampak jangka panjang strategi *piggybacking*. Selain itu, masih terbatas penelitian yang secara eksplisit membandingkan PSI dengan partai politik baru lainnya, baik di Indonesia maupun dalam konteks komparatif internasional. Kesenjangan lain yang menonjol adalah minimnya penelitian yang mengintegrasikan dimensi politik keluarga, personalisasi kekuasaan, dan institusionalisasi partai dalam satu kerangka analisis terpadu. Hal ini membuka peluang bagi penelitian lanjutan yang lebih mendalam dan sistematis.

## Personalisasi Politik dan *Piggybacking* dalam Perspektif Global

Literatur global tentang personalisasi politik menunjukkan bahwa pergeseran dari politik berbasis partai menuju politik berbasis figur merupakan fenomena lintas negara, terutama dalam demokrasi yang semakin terdorong oleh media dan logika komunikasi politik modern. Teori personalisasi politik menekankan bahwa figur pemimpin—baik kepala pemerintahan maupun tokoh populer—sering menjadi pusat orientasi pemilih, bahkan ketika pilihan politik diformalkan melalui partai. Dalam kerangka ini, *piggybacking* dapat dipahami sebagai manifestasi praktis dari personalisasi politik, di mana partai—terutama partai baru—mengandalkan figur untuk memperkuat daya tarik elektoralnya.

Temuan SLR menunjukkan bahwa strategi *piggybacking* yang dikaitkan dengan Partai Solidaritas Indonesia (PSI) memiliki kesesuaian konseptual dengan teori personalisasi global. Ketergantungan pada figur, simbol, dan narasi yang telah memiliki legitimasi publik mencerminkan pola yang juga ditemukan pada partai-partai baru di berbagai negara, khususnya dalam konteks demokrasi baru dan sistem kepartaian yang kompetitif. Dengan demikian, praktik *piggybacking* PSI tidak dapat dipandang sebagai penyimpangan dari teori, melainkan sebagai ekspresi lokal dari kecenderungan global.

## PSI dalam Kerangka *Coattail Effect* dan Personalisasi Kekuasaan

Literatur internasional mengenai *coattail effect* menegaskan bahwa popularitas figur eksekutif—terutama presiden atau kepala pemerintahan—dapat berdampak pada performa elektoral partai atau kandidat yang diasosiasikan dengannya. Dalam konteks Indonesia, temuan SLR menunjukkan bahwa keterkaitan simbolik dan politik antara PSI dan figur presiden, khususnya Joko Widodo, sering ditafsirkan sebagai bentuk *extended coattail effect*. Strategi ini tidak hanya bersandar pada dukungan elektoral langsung, tetapi juga pada transfer legitimasi simbolik dan citra kepemimpinan.

Dibandingkan dengan kasus global, pola ini menunjukkan kemiripan dengan partai-partai baru yang berasosiasi dengan figur dominan dalam sistem presidensial. Namun, literatur juga menekankan bahwa ketergantungan semacam ini memiliki batas struktural. Ketika figur utama tidak secara formal berada dalam struktur partai, atau ketika popularitas figur mengalami fluktuasi, partai yang mengandalkan *piggybacking* berisiko kehilangan jangkar legitimasi politiknya. Temuan ini relevan dengan analisis PSI, di mana strategi personalisasi dinilai efektif dalam meningkatkan visibilitas, tetapi belum sepenuhnya menggantikan kebutuhan akan institusionalisasi partai yang kuat.

## Apakah PSI Merupakan Kasus Khas?

Hasil SLR menunjukkan bahwa PSI memiliki beberapa karakteristik yang dapat dianggap khas. Pertama, intensitas penggunaan strategi *piggybacking* dalam konteks PSI sering kali dikaitkan dengan kombinasi figur nasional, politik keluarga, dan isu-isu progresif yang disesuaikan dengan segmen pemilih muda. Kombinasi ini relatif jarang dibahas secara terpadu dalam literatur global, sehingga memberikan nuansa kontekstual yang spesifik pada kasus PSI.

Kedua, literatur menilai bahwa PSI menempatkan komunikasi politik dan branding sebagai instrumen utama konsolidasi dukungan, lebih menonjol dibandingkan pembangunan struktur organisasi akar rumput. Dalam perspektif teori partai politik, pola ini menunjukkan tingkat personalisasi yang lebih tinggi dibandingkan banyak partai baru lainnya, sehingga PSI dapat dipandang sebagai kasus ekstrem dari personalisasi partai dalam konteks Indonesia.

Namun demikian, ketika dibandingkan secara struktural, strategi PSI tidak sepenuhnya unik. Literatur global tentang partai politik baru menunjukkan bahwa ketergantungan pada figur dan simbol populer merupakan pola umum pada fase awal perkembangan partai. Dengan demikian, PSI dapat dipahami sebagai varian kontekstual dari pola umum partai baru, bukan anomali teoretis.

## PSI sebagai Pola Umum Partai Politik Baru di Indonesia

Dalam konteks Indonesia yang lebih luas, temuan SLR menunjukkan bahwa strategi *piggybacking*

yang digunakan PSI mencerminkan tantangan struktural yang juga dihadapi oleh partai politik baru lainnya, seperti keterbatasan sumber daya, ambang batas elektoral, dan dominasi partai mapan. Literatur menegaskan bahwa personalisasi politik sering menjadi jalan pintas strategis bagi partai baru untuk memasuki arena kompetisi elektoral. Dengan demikian, PSI dapat diposisikan sebagai contoh representatif dari bagaimana partai politik baru di Indonesia merespons struktur sistem kepartaian yang tidak sepenuhnya ramah terhadap pendatang baru. Perbedaannya terletak pada intensitas, gaya komunikasi, dan konteks figur yang ditumpangi, bukan pada logika strategis dasarnya.

## Implikasi Teoretis

Secara teoretis, temuan ini memperkuat argumen bahwa *piggybacking* merupakan bagian integral dari personalisasi politik dalam partai baru, bukan sekadar strategi ad hoc. Kasus PSI menunjukkan bahwa personalisasi dan *piggybacking* perlu dipahami sebagai proses dinamis yang berinteraksi dengan tingkat institusionalisasi partai, sistem elektoral, dan konfigurasi kekuasaan nasional. Dengan demikian, literatur tentang personalisasi politik perlu lebih memperhatikan dimensi partai baru dan konteks demokrasi non-Barat, termasuk Indonesia.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil *Systematic Literature Review* (SLR) dan pembahasan komparatif dengan teori personalisasi politik global, dapat disimpulkan bahwa politik *piggybacking* merupakan strategi yang secara konseptual relevan dan empiris signifikan dalam konteks partai politik baru di Indonesia. Literatur menunjukkan bahwa strategi ini berfungsi sebagai mekanisme adaptif bagi partai baru untuk mengatasi keterbatasan institusional, rendahnya pengenalan publik, serta ketatnya kompetisi elektoral dengan partai-partai mapan.

Dalam konteks Partai Solidaritas Indonesia (PSI), strategi *piggy backing* dikonseptualisasikan terutama melalui personalisasi politik, pemanfaatan figur nasional, serta penguatan narasi simbolik dan isu-isu populer. Temuan SLR memperlihatkan bahwa pendekatan ini sejalan dengan teori *personalization of politics* dan *coattail effect* yang berkembang dalam literatur global. Dengan demikian, praktik *piggy backing* PSI tidak dapat dipahami sebagai fenomena yang menyimpang, melainkan sebagai ekspresi kontekstual dari kecenderungan umum partai politik baru dalam sistem demokrasi modern.

Namun demikian, literatur juga menegaskan adanya konsekuensi ambivalen dari strategi tersebut. Di satu sisi, *piggybacking* terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan diferensiasi simbolik partai dalam jangka pendek. Di sisi lain, ketergantungan berlebihan pada figur dan simbol eksternal—termasuk figur presiden seperti manta Presiden Joko Widodo dan relasi politik keluarga—berpotensi membatasi kemandirian ideologis dan institusionalisasi partai dalam jangka panjang. Kondisi ini menempatkan PSI pada posisi strategis yang sekaligus rentan dalam dinamika politik elektoral Indonesia.

Secara keseluruhan, studi ini menyimpulkan bahwa PSI bukanlah anomali dalam kajian partai politik baru, melainkan varian kontekstual dari pola umum personalisasi dan *piggybacking*. Keunikan PSI terletak pada intensitas dan konteks figur yang ditumpangi, bukan pada logika strategis dasarnya. Temuan ini memperkaya pemahaman tentang bagaimana strategi *piggybacking* bekerja dalam sistem kepartaian Indonesia dan memperluas relevansi teori personalisasi politik ke konteks demokrasi non-Barat.

## REFERENSI

- Budge, I., & McDonald, M. D. (2007). Choices parties define: Policy alternatives in representative elections, 17 countries 1945–1998. *Party Politics*, 13(4), 451–466. <https://doi.org/10.1177/1354068807075946>
- Harmel, R., & Robertson, J. D. (1985). Formation and success of new parties: A cross-national analysis. *International Political Science Review*, 6(4), 501–523.

### Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)  
[redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id](mailto:redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id)

142



# GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 13 Nomor 4 April 2026

<https://doi.org/10.1177/019251218500600405>

- Karvonen, L. (2010). *The personalisation of politics: A study of parliamentary democracies*. Colchester, UK: ECPR Press.
- Katz, R. S., & Mair, P. (1995). Changing models of party organization and party democracy: The emergence of the cartel party. *Party Politics*, 1(1), 5–28. <https://doi.org/10.1177/1354068895001001001>
- Kriesi, H. (2014). The populist challenge. *West European Politics*, 37(2), 361–378. <https://doi.org/10.1080/01402382.2014.887879>
- Mainwaring, S., & Scully, T. R. (1995). *Building democratic institutions: Party systems in Latin America*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Panebianco, A. (1988). *Political parties: Organization and power*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Shugart, M. S., Valdini, M. E., & Suominen, K. (2005). Looking for locals: Voter information demands and personal vote-earning attributes of legislators. *American Journal of Political Science*, 49(2), 437–449. <https://doi.org/10.1111/j.0092-5853.2005.00133.x>
- Sartori, G. (2005). *Parties and party systems: A framework for analysis*. Colchester, UK: ECPR Press.
- Tavits, M. (2008). Party systems in the making: The emergence and success of new parties in new democracies. *British Journal of Political Science*, 38(1), 113–133. <https://doi.org/10.1017/S0007123408000069>
- Tavits, M. (2013). *Post-communist democracies and party organization*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139207850>

**Penerbit:**

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

[redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id](mailto:redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id)

143

