

Efek *Coattail* Prabowo-Gibran dan Strategi Kampanye Adaptif: Studi Kasus Kemenangan Antonius-Komando di Pilkada Kabupaten Karo

Daud Steven Lingga

Program Studi Magister Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara

Corresponding Author's e-mail : daudsinulingga25@gmail.com



e-ISSN: 2964-0962

SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat>

Vol. 5, No. 4, Agustus 2026

Page: 1455 - 1466

Available at:

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat/article/view/2920>

DOI:

<https://doi.org/10.55681/seikat.v5i4.2920>

Article History:

Received: 18-06-2026

Revised: 31-07-2026

Accepted: 01-08-2026

Abstract : The “coattail effect” in simultaneous elections is an important issue in the study of electoral politics, yet its strategic use at the local level has been relatively under-researched. This study analyzes the campaign strategy of the Antonius Ginting-Komando Tarigan ticket in leveraging the Prabowo-Gibran “coattail effect ” during the 2024 Karo Regency Regional Election. Using a qualitative case study approach, data were collected through in-depth interviews with the campaign team and analysis of campaign documents. The results show that the campaign team implemented a multidimensional strategy that integrated national political influence with local strengths. The coattail effect was leveraged through the use of campaign materials with a national theme, aligning with the “02” ballot number, building a narrative of synergy with the central government, and mobilizing the figure of Bobby Nasution. This strategy was reinforced by the campaign’s organizational structure, local cultural networks, voter segmentation, and Antonius Ginting’s personal branding. These findings confirm that electoral success resulted from an adaptive strategy capable of converting national political momentum into organized local support.

Keywords : Coattails Effect, Campaign Activities, Regional Elections, Antonius Ginting-Komando Tarigan.

Abstrak : Fenomena coattail effect dalam pemilihan serentak menjadi isu penting dalam studi politik elektoral, namun pemanfaatannya secara strategis di tingkat lokal masih relatif jarang diteliti. Penelitian ini menganalisis strategi kampanye pasangan Antonius Ginting-Komando Tarigan dalam memanfaatkan coattail effect Prabowo-Gibran pada Pilkada Kabupaten Karo 2024. Dengan pendekatan kualitatif studi kasus, data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tim pemenang dan analisis dokumen kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tim pemenang menerapkan strategi multidimensional yang mengintegrasikan pengaruh politik nasional dengan kekuatan lokal. Pemanfaatan coattail effect dilakukan melalui penggunaan atribut kampanye bernuansa nasional, penyelarasan nomor urut 02, pembangunan narasi sinergitas dengan pemerintah pusat, serta mobilisasi figur Bobby Nasution. Strategi tersebut diperkuat oleh struktur organisasi kampanye, jaringan budaya lokal, segmentasi pemilih, dan personal branding Antonius Ginting. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan elektoral merupakan hasil strategi adaptif yang mampu mengonversi momentum politik nasional menjadi dukungan lokal yang terorganisir.

Kata Kunci : Efek Coattail, Kegiatan Kampanye, Pilkada, Antonius Ginting-Komando Tarigan.

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan instrumen fundamental dalam sistem demokrasi Indonesia yang memberikan ruang bagi masyarakat untuk menentukan langsung pemimpin daerahnya (Suwarsono et al., 2025). Pilkada tidak hanya menjadi arena pertarungan

elektoral, tetapi juga menjadi medan kontestasi strategi politik antar kandidat dan tim pemenangan dalam merebut simpati sekaligus suara pemilih (Syahdani et al., 2025). Dinamika Pilkada semakin kompleks ketika dilaksanakan secara serentak, karena intensitas kompetisi yang tinggi menuntut pasangan calon, partai politik pengusung, dan tim kampanye untuk merancang strategi yang adaptif, efektif, serta sesuai dengan karakter pemilih dan kondisi sosial-politik lokal (Hanida et al., 2024).

Salah satu fenomena politik yang semakin relevan dalam pemilu serentak adalah *coattail effect*, yaitu efek ekor jas politik di mana popularitas dan kemenangan kandidat di tingkat nasional memberikan dampak positif terhadap perolehan suara kandidat di tingkat daerah yang memiliki afiliasi politik atau simbolik dengannya (Borges & Lloyd, 2016). Konsep ini pertama kali dikemukakan oleh Key (1966) dalam konteks politik Amerika Serikat, yang menjelaskan bahwa kandidat presiden yang populer dapat "menyeret" kemenangan kandidat partainya di tingkat legislatif. Dalam perkembangan terkini, Borges & Turgeon (2017) mengembangkan konsep ini dalam konteks coalitional presidentialism, menemukan bahwa efek coattails bersifat diffused atau menyebar, tidak hanya menguntungkan partai presiden tetapi juga partai-partai inti koalisi pendukungnya. Di Indonesia, Effendi (2022) mengonfirmasi bahwa efek *coattail* presiden terhadap partai pendukung terjadi secara berbeda-beda di tiap tingkatan pemilu, dengan kecenderungan menurun dari tingkat nasional ke kabupaten/kota, namun tetap signifikan terutama bagi partai asal kandidat dan anggota koalisi lama.

Pemilihan Presiden 2024 menghasilkan kemenangan signifikan pasangan Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di Kabupaten Karo, Sumatera Utara, di mana pasangan ini meraih 56,7% suara. Kemenangan tersebut tidak hanya mencerminkan dukungan terhadap pasangan nasional, tetapi juga menciptakan arus simpati politik yang berpotensi memengaruhi preferensi pemilih terhadap kandidat lokal yang diasosiasikan dengan mereka (Hanida et al., 2024). Kondisi ini membuka ruang bagi munculnya *coattail effect* yang kuat pada kontestasi Pilkada serentak 2024, termasuk di Kabupaten Karo. Namun, Fadhlil (2024) mengingatkan bahwa *coattail effect* tidak selalu berjalan linear; di Aceh, fenomena *disaffected coattail effect* justru menunjukkan bahwa partai lokal dapat memperoleh keuntungan justru karena independensinya dari dinamika nasional. Hal ini menegaskan bahwa pemanfaatan *coattail effect* memerlukan strategi kampanye yang adaptif dan kontekstual dengan realitas sosial-politik lokal.

Kabupaten Karo memiliki karakteristik sosial, budaya, dan politik yang unik, dengan mayoritas penduduk dari etnis Karo yang memiliki struktur sosial berbasis marga dan adat tradisional. Kondisi tersebut menjadi faktor penting dalam proses politik lokal, karena dinamika dukungan sering kali dipengaruhi oleh jaringan kekerabatan, tokoh masyarakat, dan basis partai politik yang berbeda-beda di tiap kecamatan (Amalia et al., 2025). Pilkada Kabupaten Karo 2024 dilaksanakan tanpa petahana, sehingga membuka peluang luas bagi munculnya figur-figur baru dan koalisi partai yang berbeda dari periode sebelumnya. Dalam kontestasi ini muncul tiga pasangan calon, yaitu Abetnego Tarigan-Edy Suranta Bukit, Antonius Ginting-Komando Tarigan, dan Tino Mimana Sinuraya-Onasis Sitepu. Pasangan Antonius Ginting-Komando Tarigan, yang dikenal dengan tagline "Karo Erdilo", berhasil mengantongi dukungan dari tujuh partai politik besar Gerindra, NasDem, PAN, PKB, Hanura, Perindo, dan PSI yang merupakan bagian dari koalisi inti Koalisi Indonesia Maju (KIM) dan menguasai 18 dari 40 kursi DPRD Kabupaten Karo (Moeis & Sutrisno, 2019).

Berdasarkan hasil rekapitulasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Karo, pasangan Antonius Ginting-Komando Tarigan ditetapkan sebagai pemenang dengan perolehan 98.020

suara, mengungguli pasangan Tino Mimana Sinuraya-Onasis Sitepu (78.146 suara) dan pasangan Abetnego Tarigan-Edy Suranta Bukit (43.438 suara). Kemenangan ini menarik untuk dikaji karena menunjukkan adanya strategi pemenangan yang efektif, yang diduga kuat tidak hanya dibangun melalui pendekatan lokal dan program pembangunan, tetapi juga melalui pemanfaatan *coattail effect* Prabowo-Gibran secara strategis. Sebagaimana dikemukakan oleh Haridison (2021), kemampuan tim pemenangan dalam melakukan framing isu dan mengonstruksi persepsi pemilih dapat menjadi instrumen yang lebih efektif dibandingkan popularitas semata. Dalam konteks ini, tim Antonius-Komando memposisikan diri sebagai "ekstensi brand nasional Prabowo" dan mengintegrasikan figur nasional ke dalam komunikasi politik lokal melalui atribut kampanye, kesamaan nomor urut 02, narasi "restu pusat", dan "sinergitas pembangunan".

Strategi kampanye pada dasarnya merupakan program persuasi komunikatif yang menciptakan dukungan publik atas dasar kemauan sendiri, melibatkan elemen komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek untuk mengubah sikap pemilih secara voluntaris (Pudjiastuti, 2018). Dalam konteks *political marketing*, Newman (1999) mendefinisikannya sebagai penggunaan prinsip-prinsip pemasaran dalam dunia bisnis untuk memengaruhi perilaku pemilih, yang mencakup segmentasi pasar, positioning calon, pengelolaan citra, serta komunikasi politik yang efektif. Lebih lanjut, Puspitasari (2025) menekankan bahwa strategi politik kontemporer harus bersifat adaptif terhadap perubahan teknologi dan mampu mengintegrasikan model komunikasi klasik Lasswell (*who says what in which channel to whom with what effect*) dengan praktik kampanye modern.

Penelitian tentang strategi pemenangan dalam Pilkada yang memanfaatkan *coattail effect* figur nasional masih relatif terbatas. Studi-studi sebelumnya lebih banyak berfokus pada efek *coattail* dalam pemilu legislatif (Borges & Turgeon, 2017; Effendi, 2022), dampak pemilu serentak terhadap partisipasi dan polarisasi (Hanida et al., 2024), atau strategi kampanye yang bertumpu pada jaringan sosial dan modal personal kandidat (Amalia et al., 2025; Horak & Taylor, 2026). Afifah & Hermawan (2022) meneliti strategi komunikasi politik calon tunggal, sementara Syahdani et al. (2025) mengkaji strategi komunikasi berbasis nilai lokal dan media sosial. Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik menganalisis bagaimana sebuah tim pemenangan di tingkat kabupaten secara strategis mengintegrasikan *coattail effect* figur presiden terpilih ke dalam bentuk-bentuk kegiatan kampanye lokal yang multidimensional. Celah inilah yang hendak diisi oleh penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bentuk-bentuk kegiatan kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon Antonius Ginting-Komando Tarigan dalam memanfaatkan *coattail effect* Prabowo-Gibran pada Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2024. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana tim pemenangan mengintegrasikan figur nasional ke dalam komunikasi politik lokal, mengoptimalkan kekuatan internal organisasi, serta melakukan segmentasi strategis berbasis karakteristik wilayah pemilih. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan konsep *coattail effect* pada konteks pemilihan subnasional di sistem multipartai, sekaligus kontribusi praktis bagi perumusan strategi kampanye pada Pilkada mendatang, khususnya di daerah dengan karakteristik sosial-budaya yang serupa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (*case study*) yang bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam bentuk-bentuk kegiatan kampanye pasangan calon Antonius Ginting-Komando Tarigan dalam memanfaatkan *coattail effect*

Prabowo-Gibran pada Pilkada Kabupaten Karo 2024. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami makna, proses, dan interpretasi terhadap fenomena sosial-politik dari perspektif para aktor yang terlibat langsung (Creswell, 2014). Sebagaimana dinyatakan oleh Haridison (2021), studi kasus dengan pendekatan holistik sangat tepat untuk mengungkap strategi tim pemenangan dan dinamika framing dalam kontestasi elektoral lokal. Lebih lanjut, Amalia et al. (2025) menegaskan bahwa pendekatan kualitatif studi kasus memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap strategi kampanye berbasis komunitas dan dinamika jaringan sosial yang sulit diukur secara kuantitatif.

Lokasi penelitian adalah Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara, yang dipilih secara purposif karena karakteristiknya yang representatif untuk mengkaji fenomena *coattail effect* dalam Pilkada. Kabupaten Karo merupakan wilayah dengan keunikan sosial-budaya berbasis etnis Karo dan struktur marga yang kuat, sekaligus menjadi lokus di mana pasangan Prabowo-Gibran meraih kemenangan signifikan sebesar 56,7% pada Pilpres 2024. Pada Pilkada serentak 2024, Kabupaten Karo memiliki 299.600 pemilih tetap yang tersebar di 17 kecamatan dan 673 TPS (kab-karo.kpu.go.id), dengan tingkat partisipasi politik yang relatif tinggi. Pemilihan lokasi dengan karakteristik spesifik ini sejalan dengan pendekatan yang digunakan oleh Fadhli (2024) dalam meneliti anomali *coattail effect* di Aceh, di mana konteks lokal yang khas menjadi kunci untuk memahami dinamika elektoral yang terjadi.

Teknik pengumpulan data utama yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) secara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang komprehensif dan kontekstual, dengan tetap menjaga fleksibilitas bagi informan untuk menjelaskan pengalaman, persepsi, dan pandangan mereka secara bebas. Subjek penelitian dijamin menggunakan teknik *snowball sampling*, di mana informan kunci pertama memberikan rujukan kepada informan lain yang dianggap memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam proses pemenangan. Proses ini berlanjut hingga data mencapai titik jenuh, yaitu ketika wawancara tambahan tidak lagi memberikan informasi baru yang signifikan (Sugiyono, 2019). Penggunaan *snowball sampling* dalam penelitian strategi kampanye politik juga dilakukan oleh Syahdani et al. (2025) yang mewawancarai tim kampanye dan aktor kunci untuk mengungkap strategi komunikasi politik pemenang Pilkada Cirebon 2024, serta oleh Suwarsono et al. (2025) dalam meneliti strategi pemenangan pasangan calon di Kabupaten Kuningan.

Informan kunci dalam penelitian ini adalah Ketua Tim Pemenangan pasangan Antonius Ginting-Komando Tarigan, yaitu Kenan Ginting. Dari informan kunci ini, peneliti memperoleh rujukan kepada informan-informan lain yang terlibat dalam struktur tim pemenangan, termasuk koordinator wilayah, tokoh masyarakat, akademisi, dan aktor-aktor yang berperan dalam merancang dan menjalankan kegiatan kampanye. Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan analisis dokumen terhadap data rekapitulasi suara KPU Kabupaten Karo, materi kampanye, dan dokumen-dokumen terkait lainnya sebagai sumber data sekunder untuk triangulasi.

Analisis data dilakukan dengan mengadopsi model interaktif Miles et al. (2014) yang terdiri dari empat tahap siklus, yaitu kondensasi data, penyajian data, penarikan dan verifikasi kesimpulan, serta pengumpulan data berulang secara iteratif. Tahap kondensasi data melibatkan proses selektif meringkas, memfokuskan, dan mentransformasi data mentah dari transkrip wawancara dan dokumen menjadi bentuk yang ringkas dan bermakna melalui teknik pengkodean bertingkat (*open, axial, selective coding*). Tahap penyajian data dilakukan dengan mengorganisasi data yang telah direduksi ke dalam format matriks dan naratif terstruktur untuk memudahkan identifikasi pola dan hubungan antar tema. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan melalui

interpretasi mendalam terhadap data yang telah disajikan, yang kemudian diverifikasi secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung. Pendekatan analisis ini serupa dengan yang digunakan oleh Hanida et al. (2024) dalam menganalisis fenomena *voter fatigue*, *coattail effect*, dan polarisasi politik pada Pemilu Serentak 2024 di Indonesia.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan memverifikasi informasi yang diperoleh dari berbagai informan yang berbeda posisi dan peran dalam tim pemenangan. Triangulasi juga dilakukan antara data wawancara dengan dokumen resmi KPU dan materi kampanye yang tersedia. Proses ini memastikan bahwa temuan yang dihasilkan memiliki kredibilitas dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Elektoral Kabupaten Karo dan Konteks Pilkada 2024

Kabupaten Karo merupakan wilayah dataran tinggi di Provinsi Sumatera Utara dengan luas 2.206,88 km² yang mencakup 17 kecamatan, 269 desa/kelurahan, dan 673 TPS. Pada Pilkada 2024, jumlah pemilih tetap (DPT) mencapai 299.600 orang dengan komposisi 145.211 laki-laki (48,49%) dan 154.389 perempuan (51,51%). Pilkada ini berlangsung tanpa petahana dan diikuti tiga pasangan calon: (1) Abetnego Tarigan-Edy Suranta Bukit yang diusung PDIP dan Partai Buruh; (2) Antonius Ginting-Komando Tarigan yang diusung koalisi tujuh partai (Gerindra, NasDem, PAN, PKB, Hanura, Perindo, PSI) dengan tagline "Karo Erdilo"; serta (3) Tino Mimana Sinuraya-Onasis Sitepu yang diusung Golkar, Demokrat, PKS, dan Gelora. Konteks politik nasional yang melatarbelakangi kontestasi ini adalah kemenangan telak pasangan Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka pada Pilpres Februari 2024 yang meraih 56,7% suara di Kabupaten Karo (167.678 suara), mengungguli Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar (8.369 suara) dan Ganjar Pranowo-Mahfud MD (52.029 suara), sekaligus mengguncang basis tradisional PDIP yang selama ini dikenal sebagai "kandang banteng".

Strategi Pemanfaatan *Coattail effect* dalam Kegiatan Kampanye

Hasil wawancara mendalam dengan para aktor kunci tim pemenangan mengungkapkan bahwa pemanfaatan *coattail effect* Prabowo-Gibran merupakan strategi utama yang dijalankan secara sadar, terencana, dan sistematis. Temuan ini dikelompokkan ke dalam empat instrumen strategis yang saling terkait.

Pertama, konstruksi narasi "restu pusat" dan "sinergitas pembangunan." Kenan Ginting selaku Ketua Tim Pemenangan "Karo Erdilo" menegaskan bahwa pemilih di Kabupaten Karo bersifat rasional dengan mempertimbangkan kedekatan kandidat terhadap kekuasaan pusat sebagai faktor utama dalam menentukan pilihan politik. Ia menyatakan:

"Pemilih di Kabupaten Karo ini sudah cerdas, orang akan memilih siapa yang dicalonkan oleh pusat, dalam hal ini Presiden Prabowo dan Partai Gerindra. Penduduk di Karo tau dia, hanya orang yang punya cantolan di pusat lah yang bisa berkontribusi banyak terhadap Kabupaten Karo ini. Pasti nya ada efek Prabowo-Gibran untuk kemenangan Antonius."

Pernyataan ini menunjukkan bahwa perilaku pemilih di Kabupaten Karo sejalan dengan konsep presidential *coattail effect* sebagaimana dijelaskan oleh Borges & Lloyd (2016), di mana pemilih menggunakan isyarat partai nasional sebagai jalan pintas kognitif dalam memilih di tingkat regional. Pemilih tidak hanya menilai kapasitas individu kandidat, tetapi juga melihat sejauh mana kandidat tersebut memiliki akses dan koneksi dengan pemerintah pusat. Persepsi bahwa kandidat yang memiliki "cantolan" dengan elite nasional lebih mampu membawa manfaat konkret bagi daerah seperti alokasi anggaran, pembangunan, dan akses terhadap program strategis

pemerintah merupakan manifestasi dari mekanisme *diffused coattail effect*, di mana efek elektoral figur nasional menyebar kepada kandidat yang terafiliasi dalam koalisi inti.

Efrat Jumat Agung Ginting, Ketua DPD NasDem Kabupaten Karo sekaligus Ketua Tim Koalisi Partai Pendukung, memperkuat temuan ini dengan menyatakan:

"Kalau itu kita tidak bisa bohongi, itu pasti. Karena masyarakat bisa melihat siapa pemenang diatas, dan itu jugalah pemenang di bawah. Dengan begitu sudah pasti sinergi kerjanya ada karena tidak akan di anak tirikan oleh pemerintahan pusat."

Pernyataan "tidak akan dianak tirikan oleh pemerintahan pusat" mencerminkan persepsi rasional pemilih bahwa calon kepala daerah yang memiliki kedekatan politik dengan pemerintah pusat akan memperoleh akses lebih baik terhadap sumber daya dan program pembangunan. Hal ini sejalan dengan temuan Effendi (2022) bahwa efek *coattail* presiden di Indonesia terjadi secara signifikan terutama bagi partai asal kandidat dan anggota koalisi lama, di mana pemilih cenderung mempertimbangkan kemampuan kandidat dalam membawa manfaat konkret bagi daerah melalui akses ke kekuasaan pusat. Jimbo Purba, tokoh masyarakat Karo, menambahkan bahwa tim secara sadar mengkampanyekan narasi:

"Kalau Antonius Ginting-Komando Tarigan menang, maka Kabupaten Karo tidak akan di anak tirikan oleh pusat, terutama dalam hal alokasi anggaran dan pembangunan, kenapa? karena Presiden nya dari Gerindra, Bupati nya juga dari Gerindra."

Narasi ini terbukti efektif karena selaras dengan preferensi pemilih yang telah terkonfirmasi oleh kemenangan Prabowo-Gibran di Karo pada Pilpres sebelumnya.

Kedua, penggunaan atribut kampanye dan simbol politik. Tim pemenangan secara strategis mengintegrasikan figur nasional ke dalam alat peraga kampanye. Kenan Ginting menjelaskan:

"Untuk atribut tersebut ada gambar paslon, gambar pak Bobby Nasution dan pak Prabowo. Kebetulan juga paslon mendapat nomor urut 02 yang sama dengan nomor urut Prabowo-Gibran pada saat Pilpres dimana membuat tim lebih gampang menyampaikan nya ke masyarakat Karo."

Penggunaan atribut kampanye yang menampilkan gambar pasangan calon bersama Prabowo dan Bobby Nasution merupakan bentuk visual dari *coattail effect* yang bertujuan memperkuat asosiasi politik dan kedekatan simbolik di mata pemilih. Jimbo Purba mengonfirmasi bahwa seluruh instrumen kampanye diintegrasikan:

"Semua kami kaitkan, ada dalam bentuk narasi kampanye... ada juga dalam bentuk atribut dan alat peraga kampanye, spanduk yang ada gambar paslon kami, gambar pak presiden Prabowo, ada lambang partai Gerindra dan ada juga spanduk, banner dan flyer kami yang gambarnya berdampingan dengan cagub Bobby Nasution."

Kesamaan nomor urut 02 yang "kebetulan" dimanfaatkan secara strategis sebagai pengingat otomatis bagi pemilih tentang keterkaitan antara paslon dengan sosok Prabowo-Gibran. Strategi ini menunjukkan bahwa tim pemenangan menerapkan prinsip political marketing sebagaimana dikemukakan oleh Newman (1999), khususnya dalam aspek positioning dan pengelolaan citra untuk membedakan diri dari kompetitor melalui asosiasi dengan figur populer.

Ketiga, mobilisasi figur nasional dan lokal dalam kampanye akbar. Keterlibatan Bobby Nasution sebagai Calon Gubernur Sumatera Utara yang juga adik ipar Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka menjadi instrumen strategis yang memperkuat rantai *coattail effect* secara vertikal. Kenan Ginting menyatakan:

"Dengan kampanye akbar paslon bersanding dengan Cagub Bobby Nasution, paslon dan tim mengirimkan pesan ke masyarakat Karo bahwa paslon Antonius Ginting-Komando Tarigan sejalan dan mendapat dukungan penuh dari Bobby Nasution yang notabene adalah adik ipar dari Wapres Gibran Rakabuming Raka."

Kehadiran fisik Bobby Nasution dalam kampanye akbar di Jambur Milala Kabanjahe memberikan bukti konkret dukungan yang memperkuat persepsi pemilih tentang sinergi vertikal antara pemerintah daerah, provinsi, dan pusat. Strategi ini diperkuat dengan pembentukan relawan Simbisa (Semangat Inspiratif Milenial Bobby Nasution Sahabat Karo) yang dipimpin oleh Ardian Surbakti dan selalu berdampingan dengan tim pemenangan Antonius-Komando di lapangan. Herty Delima Purba, anggota DPRD Karo dua periode, mengonfirmasi bahwa kolaborasi dengan Simbisa memungkinkan kampanye berjalan sinergis ketika Bobby Nasution melakukan kampanye di Kabupaten Karo bersama paslon. Pendekatan ini menunjukkan bahwa *coattail effect* dalam konteks ini bersifat multidimensional, tidak hanya mengandalkan figur Presiden tetapi juga memanfaatkan jaringan kekerabatan dan politik yang menghubungkan tingkat nasional, provinsi, dan kabupaten. Hal ini selaras dengan temuan Hanida et al. (2024) bahwa efek ekor jas dari kandidat presiden populer secara signifikan memengaruhi perolehan suara di tingkat Pilkada.

Keempat, elite endorsement dan legitimasi politik. Deklarasi dukungan oleh Letjen TNI (Purn) Musa Bangun, Wakil Ketua Umum DPP Gerindra sekaligus Stafsus Menhan periode 2019-2024, menjadi momen penting yang secara eksplisit menyebut Antonius Ginting-Komando Tarigan sebagai "*pilihan Presiden terpilih Prabowo Subianto*". Simhot Simbolon, dosen di salah satu kampus di Kabupaten Karo dan pemilih generasi milenial, mengonfirmasi bahwa ia membaca berita tersebut dan menganggapnya efektif: "Menurutku efektif bang. Karena Presiden kita sekarang kan Pak Prabowo, jadi pasti pilihan masyarakat sedikit banyaknya akan terpengaruhi dengan pilihan dan restu dari Presiden." *Elite endorsement* ini berfungsi sebagai legitimasi politik yang memperkuat persepsi masyarakat tentang kedekatan paslon dengan kekuasaan pusat. Dalam kerangka teori *coattail effect*, fenomena ini menunjukkan mekanisme *diffused coattails* (Borges & Turgeon, 2017) di mana dukungan mengalir dari figur nasional melalui elite partai kepada kandidat lokal.

Kompleksitas *Coattail effect*: Interaksi Figur Nasional dan Personal Branding

Temuan menarik dari penelitian ini adalah bahwa *coattail effect* tidak bekerja secara linear dan eksklusif, melainkan berinteraksi secara kompleks dengan faktor-faktor lain. Herty Delima Purba mengungkapkan bahwa tim menyadari pengaruh ganda dari Prabowo-Gerindra dan Jokowi melalui Gibran:

"Wakilnya Pak Prabowo yaitu Mas Gibran merupakan anak dari Pak Jokowi, yang kenyataannya di Karo ini pengaruh Pak Jokowi masi cukup besar dan berpengaruh."

Simhot Simbolon memperkuat temuan ini dengan menyebutkan pembangunan Tugu Jokowi di Desa Liang Melas Datas sebagai bukti besarnya pengaruh Jokowi di Karo. Efrat Ginting menambahkan:

"Gaya pikir masyarakat Karo tetap ke Jokowi nya dulu, hubungan dengan kepala daerah itu partai penguasa, yaitu saat ini Gerindra."

Fenomena ini menunjukkan bahwa *coattail effect* dapat berasal dari beberapa figur nasional secara bersamaan Prabowo sebagai Presiden terpilih, Gibran sebagai Wakil Presiden sekaligus anak Jokowi, dan Jokowi sendiri sebagai figur yang masih memiliki pengaruh besar. Temuan ini memperluas pemahaman tentang presidential *coattail effect* yang secara klasik hanya berfokus pada satu figur presiden (Key, 1966), dengan menunjukkan bahwa dalam sistem multipartai dan koalisi yang kompleks seperti Indonesia, efek ini dapat bersumber dari konstelasi figur yang saling terkait.

Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa personal branding Antonius Ginting sebagai purnawirawan Brigjen yang berkomitmen membangun daerah asal berfungsi sebagai faktor penguat yang bersinergi dengan *coattail effect*. Jimbo Purba menyatakan:

"Antonius Ginting-Komando Tarigan sangat diuntungkan dengan kombinasi situasi ini, selain memang sosok Antonius nya juga dianggap baik dan mampu untuk memimpin Kabupaten Karo."

Herty Delima Purba menambahkan:

"Pemilih di Kabupaten Karo memilih pak Antonius juga banyak karena melihat sosok beliau, jadi saling berkaitan lah dengan efek Pak Prabowo, Partai Gerindra dan ada efek Pak Jokowi nya juga."

Temuan ini sejalan dengan konsep campaign capital yang dikemukakan oleh Horak dan Taylor (2026), di mana modal personal kandidat seperti sumber daya finansial, keterlibatan dalam jaringan lokal, dan pengalaman sebelumnya menjadi faktor krusial yang membedakan kandidat non-petahana dalam memenangkan kontestasi. Dalam konteks ini, latar belakang militer Antonius selaras dengan citra Prabowo, memperkuat efek *coattail* di kalangan pemilih Karo yang menghargai disiplin dan pembangunan.

Segmentasi Strategis Berbasis Karakteristik Wilayah

Tim pemenangan menerapkan segmentasi wilayah yang terencana dengan memprioritaskan daerah-daerah tertentu berdasarkan karakteristik pemilihnya. Kenan Ginting menjelaskan:

"Tentu ada daerah yang kami prioritaskan, dimana masyarakat nya cenderung lebih cerdas dan rasional, jadi tim memainkan narasi dukungan dan restu presiden Prabowo dan partai Gerindra terhadap Antonius, serta mengaitkan nya dengan visi misi paslon dan asta citanya presiden Prabowo di pusat."

Strategi segmentasi ini membagi wilayah Kabupaten Karo ke dalam dua kategori: daerah dengan pemilih rasional (Dapil I dan V) yang menjadi prioritas narasi "restu pusat" dan "sinergitas pembangunan," serta daerah dengan basis emosional-kultural (Dapil II) di mana personal branding Antonius sebagai putra daerah lebih ditonjolkan. Pendekatan ini sejalan dengan kerangka segmentasi, targeting, dan positioning (STP) dalam *political marketing* sebagaimana diterapkan oleh Suwarsono et al. (2025) pada pemenangan pasangan DIRAHMATI di Kabupaten Kuningan. Amalia et al. (2025) juga menemukan bahwa strategi kampanye yang sukses di tingkat lokal sangat mengandalkan pendekatan berbasis komunitas dan penyesuaian dengan karakteristik sosial-budaya pemilih, termasuk memanfaatkan jaringan kekerabatan dan tokoh masyarakat.

Verifikasi Elektoral: Pola Persebaran Suara

Hasil rekapitulasi suara KPU Kabupaten Karo menunjukkan bahwa pasangan Antonius Ginting-Komando Tarigan memperoleh 98.020 suara (44,63%), unggul atas Tino Mimana Sinuraya-Onasis Sitepu yang memperoleh 78.146 suara (35,58%) dan Abetnego Tarigan-Edy Suranta Bukit yang memperoleh 43.438 suara (19,78%). Pasangan Antonius-Komando unggul di 12 dari 17 kecamatan (Tabel B), dengan kemenangan terbesar di Kecamatan Tigapanah (12.560 suara) yang juga merupakan daerah kelahiran Antonius Ginting. Pola persebaran suara ini menunjukkan korelasi yang kuat dengan peta kemenangan Prabowo-Gibran pada Pilpres Februari 2024. Effendi (2022) menemukan bahwa efek *coattail* presiden di Indonesia terjadi secara berbeda-beda di tiap tingkatan pemilu, namun partai asal kandidat dan anggota koalisi lama umumnya mendapat efek positif signifikan. Dalam konteks ini, dominasi Antonius-Komando di 12 kecamatan yang sebelumnya menjadi basis kemenangan Prabowo-Gibran mengonfirmasi adanya limpahan dukungan elektoral dari tingkat nasional ke tingkat kabupaten.

Menariknya, resistensi di lima kecamatan Kabanjahe, Juhar, Tigabinanga, Lau Baleng, dan Payung di mana pasangan Tino Mimana Sinuraya-Onasis Sitepu unggul, menggambarkan

dinamika politik lokal yang lebih mandiri. Fenomena ini menunjukkan bahwa *coattail effect* tidak bekerja secara seragam di seluruh wilayah. Di Kabupaten Karo, kecamatan-kecamatan yang mempertahankan loyalitas pada jaringan partai tradisional (Golkar-Demokrat) menunjukkan bahwa modal sosial lokal dan ikatan historis masih menjadi faktor yang dapat meredam pengaruh figur nasional. Namun, secara keseluruhan, dominasi di 12 kecamatan menunjukkan bahwa narasi "sinergitas" dan "restu pusat" berhasil mengonversi momentum politik nasional menjadi keunggulan elektoral yang menentukan.

Pembahasan Teoretis: *Coattail effect* Adaptif dalam Demokrasi Lokal

Temuan penelitian ini berkontribusi pada pengembangan konsep *coattail effect* dalam konteks pemilihan subnasional di sistem multipartai. Pertama, penelitian ini mengonfirmasi bahwa *coattail effect* dalam sistem coalitional presidentialism bersifat diffused atau menyebar (Borges & Turgeon, 2017), di mana keuntungan elektoral dari figur presiden tidak hanya dinikmati oleh partai asal kandidat (Gerindra), tetapi juga oleh partai-partai inti koalisi pendukung (NasDem, PAN, PKB, Hanura, Perindo, PSI). Hal ini terlihat dari kemampuan pasangan Antonius-Komando untuk mengonsolidasikan dukungan dari tujuh partai koalisi yang menguasai 18 dari 40 kursi DPRD Karo, sebagaimana diprediksi oleh Moeis & Sutrisno (2019) dalam analisis jejaring koalisi menjelang Pemilu 2019 bahwa Gerindra cenderung menjadi pusat kluster koalisi yang bersifat pragmatis dan berbasis momentum.

Kedua, penelitian ini memperluas pemahaman tentang mekanisme *coattail effect* dengan menunjukkan bahwa efek ini tidak bekerja secara otomatis atau pasif, melainkan memerlukan strategi kampanye yang adaptif dan terorganisir untuk mengonversi momentum nasional menjadi suara di tingkat lokal. Berbeda dengan asumsi klasik bahwa *coattail effect* merupakan limpahan elektoral yang terjadi secara alamiah (Key, 1966), temuan di Kabupaten Karo menunjukkan bahwa tim pemenang secara sadar merancang narasi, mengelola atribut kampanye, memobilisasi figur nasional, dan melakukan segmentasi pemilih untuk memaksimalkan efek tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan Haridison (2021) bahwa kemampuan tim pemenang dalam melakukan framing isu dapat menjadi instrumen yang lebih efektif daripada sekadar popularitas dan jaringan klientelisme.

Ketiga, penelitian ini mengidentifikasi bahwa *coattail effect* di tingkat lokal tidak bersifat tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi antara pengaruh figur nasional, personal branding kandidat, dan karakteristik perilaku pemilih lokal. Syahdani et al. (2025) menekankan pentingnya strategi komunikasi politik berbasis nilai-nilai lokal dan pemberdayaan masyarakat dalam memenangkan Pilkada. Di Kabupaten Karo, narasi "Karo Erdilo" dan "Pesikap Kuta Kemulihenta" mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal dengan narasi dukungan nasional, menciptakan resonansi yang kuat dengan pemilih. Kemampuan Antonius Ginting membaca perilaku pemilih Karo yang rasional dan mempertimbangkan sinergitas kekuasaan sebagaimana tercermin dalam pernyataan "*masyarakat bilang kalau Presiden-nya Gerindra, memang sebaiknya Bupati-nya juga dari Gerindra*" menunjukkan bahwa keberhasilan pemanfaatan *coattail effect* bergantung pada ketepatan tim dalam memahami preferensi dan logika politik pemilih lokal.

Keempat, temuan ini memberikan perspektif komparatif terhadap fenomena serupa di daerah lain. Hanida et al. (2024) menemukan bahwa *coattail effect* pada Pemilu 2024 berpotensi mendominasi kompetisi dan mengganggu keadilan demokrasi. Namun, kasus Kabupaten Karo menunjukkan bahwa pemanfaatan *coattail effect* justru dilakukan melalui pendekatan yang responsif terhadap preferensi rasional pemilih, bukan melalui manipulasi atau politik uang. Afifah & Hermawan (2022) menemukan bahwa strategi komunikasi politik yang efektif tetap krusial bahkan dalam kondisi tanpa kompetitor. Dalam konteks Karo yang memiliki tiga pasangan calon,

efektivitas strategi *coattail* justru menjadi pembeda utama yang menghasilkan kemenangan dengan selisih signifikan (19.874 suara di atas pesaing terdekat).

Dengan demikian, kemenangan pasangan Antonius Ginting-Komando Tarigan merupakan hasil dari kombinasi strategis antara pemanfaatan momentum politik nasional, pengorganisasian kampanye lokal yang adaptif (segmentasi wilayah, konstruksi narasi, mobilisasi figur, dan pengelolaan atribut), serta kemampuan membaca perilaku pemilih Karo yang rasional dan mempertimbangkan sinergitas kekuasaan sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan politik. Temuan ini menegaskan bahwa dalam lanskap demokrasi lokal pasca-Pilpres 2024, *coattail effect* bukan sekadar fenomena limpahan elektoral yang terjadi secara alamiah, melainkan sumber daya politik yang dapat dikelola secara strategis melalui kegiatan kampanye yang terencana, adaptif, dan kontekstual terhadap realitas sosial-politik daerah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menemukan bahwa kemenangan pasangan Antonius Ginting-Komando Tarigan pada Pilkada Kabupaten Karo 2024 merupakan hasil dari strategi kampanye adaptif yang mengonversi *coattail effect* Prabowo-Gibran menjadi keunggulan elektoral melalui empat instrumen terpadu: konstruksi narasi "restu pusat" dan "sinergitas pembangunan", integrasi atribut kampanye bernuansa nasional, mobilisasi figur Bobby Nasution sebagai perpanjangan pengaruh vertikal, serta elite endorsement dari Letjen TNI (Purn) Musa Bangun. Strategi ini bekerja secara sinergis dengan personal branding Antonius Ginting sebagai purnawirawan putra daerah dan segmentasi pemilih berbasis karakteristik wilayah. Verifikasi elektoral mengonfirmasi efektivitas strategi tersebut, dengan perolehan 98.020 suara (44,63%) dan keunggulan di 12 dari 17 kecamatan yang berkorelasi kuat dengan peta kemenangan Prabowo-Gibran pada Pilpres 2024. Secara teoretis, temuan ini memperluas konsep *coattail effect* dalam sistem coalitional presidentialism dengan menunjukkan bahwa efek ini tidak bekerja secara otomatis, melainkan memerlukan strategi kampanye terorganisir yang mampu membaca preferensi rasional pemilih lokal dan mengintegrasikan momentum politik nasional dengan modal personal kandidat.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji pemanfaatan *coattail effect* secara komparatif pada daerah dengan karakteristik politik lokal yang berbeda guna mengidentifikasi kondisi yang memoderasi efektivitas strategi ini. Eksplorasi dimensi digital dari *coattail effect*, khususnya peran media sosial dalam membentuk persepsi sinergitas antara kandidat lokal dan figur nasional, juga menjadi agenda riset yang relevan. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi referensi bagi tim pemenangan Pilkada di daerah dengan karakteristik serupa. Bagi pembuat kebijakan, kuatnya pengaruh *coattail effect* dalam Pilkada serentak perlu dipertimbangkan dalam evaluasi desain keserentakan pemilu guna memastikan kompetisi lokal tetap mencerminkan preferensi otonom pemilih terhadap isu daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil terhadap pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada tim pemenangan pasangan Antonius Ginting-Komando Tarigan, khususnya Kenan Ginting selaku Ketua Tim Pemenangan "Karo Erdilo", Efrat Jumat Agung Ginting, Herty Delima Purba, Jimbo Purba, dan Simhot Simbolon yang telah bersedia menjadi informan dan memberikan data serta informasi yang mendalam selama proses pengumpulan data.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, U., & Hermawan, D. Y. (2022). Political Communication Strategy of Single Candidate: The

- Case of Wonosobo Regional Election 2020. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v5i1.2298>
- Amalia, D. R., Hidayat, R., Mulka, S. R., Burhan, R., & Mulawarman, M. (2025). Campaign Strategies and Social Network Dynamics: Unveiling the Victory of Candidates in the 2024 Legislative Election in Kolaka Regency, Indonesia. *Golden Ratio of Data in Summary*, 5(3), 361–372. <https://doi.org/https://doi.org/10.52970/grdis.v5i1.1552>
- Borges, A., & Lloyd, R. (2016). Presidential coattails and electoral coordination in multilevel elections: Comparative lessons from Brazil. *Electoral Studies*, 43, 104–114. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2016.05.009>
- Borges, A., & Turgeon, M. (2017). Presidential coattails in coalitional presidentialism. *Party Politics*, 25(2), 192–202. <https://doi.org/10.1177/1354068817702283>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method* (4th ed.). Sage Publication.
- Effendi, T. D. (2022). Estimating the multilevel *coattail effect* during the 2019 Indonesian election. *Asian Affairs: An American Review*, 49(3), 140–165. <https://doi.org/10.1080/00927678.2022.2091909>
- Fadhli, F. (2024). Disaffected *Coattail effect*: The Election Anomaly in Local Political Party in Aceh, Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 28(2), 166–180. <https://doi.org/10.22146/jsp.95880>
- Hanida, R. P., Meldianto, R. P., & Hasnita, S. S. (2024). Simultaneous National and Local Elections 2024: Triggering Voter Fatigue, *Coattail effect*, and Political Polarization in Indonesia. *KnE Social Sciences*, 10(4), 21–36. <https://doi.org/10.18502/kss.v10i4.18024>
- Haridison, A. (2021). Framing Issues of Ex-Prisoners, Vote Buying, and Winning Teams: Evidence from Pilkada of the Palangka Raya City. *Journal of Governance and Public Policy*, 8(3), PROGRESS. <https://doi.org/10.18196/jgpp.v8i3.11081>
- Horak, M., & Taylor, Z. (2026). Campaign Capital, Resource Mobilization, and Candidate Performance in Local Elections. *Urban Affairs Review*. <https://doi.org/10.1177/10780874261441608>
- Key, V. O. (1966). *The Responsible Electorate: Rationality in Presidential Voting, 1936-1960*. Belknap Press of Harvard University Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moeis, A. O., & Sutrisno, A. (2019). Social Network Analysis of the Pilkada Serentak 2018: Towards National Coalition in the 2019 Indonesia's General Election. *2019 Asia Pacific Conference on Research in Industrial and Systems Engineering (APCoRISE)*, 1–4. <https://doi.org/10.1109/APCoRISE46197.2019.9318927>
- Newman, B. I. (1999). *The Marketing of the President: Political Marketing as Campaign Strategy*. Sage Publications.
- Pudjiastuti, W. (2018). Kampanye Dengan Komunikasi Persuasi . In *Strategi Jitu Menggaet Calon Pemilih* .
- Puspitasari, D. I. (2025). *Komunikasi Politik: Teori, Strategi, dan Penerapannya di Era Kontemporer*. Anak Hebat Indonesia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suwarsono, H., Muhibbah, R. I., Fajria, K. N., Stephanie, N. S., Azahra, D. D., Selvia, E., & Salsabila, A. S. (2025). Strategi Pemenangan Pasangan Calon Bupati Dian Rachmat Yanuar dan Tuti Andriani Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten. *Jurnal Dialektika Politik*, 9(1), 58–

83. <https://doi.org/10.37949/jdp.v9i1.199>

Syahdani, M. A., Rahmandika, R., Khumayah, S., & Hermawan, A. J. (2025). Strategic Political Communication of the Winning Candidate in Cirebon City's Regional Election. *Equivalent: Jurnal Ilmiah Sosial Teknik*, 7(1), 41–52. <https://doi.org/10.59261/jequi.v7i1.232>