

28 FEB 2017

Harian

Faktor Penentu Elektabilitas BERNAS

Oleh: Yudi Perbawangsih

TERKAIT dengan pemilihan kepala daerah (pilkada) serentak di Indonesia, istilah elektabilitas sangat sering disebut. Oleh karena itu, upaya dan usaha calon pemimpin (kandidat) dan tim sukses atau tim pendukungnya adalah elektabilitas yang tinggi. Yang menjadi isu pasca pemilihan kepala daerah, khususnya di Daerah Khusus Ibukota Jakarta, adalah elektabilitas yang rendah pada pasangan calon 1, dan elektabilitas paslon 2 dan 3 yang relatif sama, yang hasil ketiganya di luar prediksi banyak pengamat dan lembaga survey. Hasil yang cukup "tak terduga" ini menimbulkan banyak analisis tentang faktor yang menentukan elektabilitas.

Mencermati acara-acara pada media massa, khususnya televisi yang memusatkan perhatian pada pemilihan kepala daerah di Jakarta, saya menemukan beberapa hal penting yang dapat menjawab pertanyaan di atas, yaitu faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi keputusan memilih calon pemimpin tertentu. Faktor-faktor tersebut adalah (1) debat publik, (2) gaya atau kemampuan komunikasi, (3) tokoh penting di balik sang calon, dan (4) kesamaan antara calon dengan pemilih.

Debat publik

Debat antarcalon yang disiarkan secara terbuka di televisi, dimaksudkan untuk mencerdaskan pemilih tentang visi misi dan program para calon, dengan demikian, hal ini dapat digunakan secara cerdas oleh pemilih dalam memilih. Debat ini dipercaya banyak orang membawa perubahan yang cukup signifikan pada tingkat elektabilitas.

Gaya komunikasi yang dimaksud di sini adalah gaya komunikasi keseharian para calon. Publik mengembangkan dua gaya komunikasi yang ditunjukkan oleh calon pemimpin, yaitu (1) gaya komunikasi *ala* Ahok (Basuki Tjahaya Purnama) yang *ceplas ceplos*, apa adanya, cenderung kasar dan kadang dinilai publik sering *out of control*, dan (2) gaya komunikasi *ala* Anis Baswedan yang halus, lembut, dan santun. Sebagian besar publik, termasuk pengamat ahli, mempercayai bahwa gaya komunikasi Anis Baswedan lebih disukai dibanding gaya komunikasi Ahok. Bahkan, gaya komunikasi *ala* Ahok dianggap sebagai kelemahan yang sangat dapat menurunkan elektabilitasnya. Hal ini pula yang selalu dimanfaatkan pihak pesaing untuk "menyerang" Ahok selama masa kampanye.

Tokoh di Balik Calon

Dalam konteks pilkada Jakarta, sang calon ternyata tidak berdiri sendiri. Kredibilitasnya tidak hanya dibangun oleh dirinya sendiri, tetapi juga oleh tokoh partai yang mengusungnya. Publik tahu bahwa di belakang Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) berdiri Susilo Bambang Yudhoyono, di balik Ahok ada Megawati Soekarnoputri, dan di belakang Anis Baswedan adalah Prabowo.

Pemilihan putaran ke dua menyisakan dua pasangan calon. Pertanyaan yang kemudian menjadi isu atau tema menarik perbincangan adalah, "ke ma-

nakah suara dari pasangan calon satu akan berpindah?". Terdapat dua analisis yang berkembang terkait dengan hal ini: (1) suara paslon satu berpindah ke dua karena ada faktor atau nuansa 'pemerintah', dan (2) suara paslon satu masuk ke paslon nomor 3. Hal ini disebabkan adanya kesamaan karakteristik antara (ex) pemilih paslon satu dengan calon, yaitu kesamaan kultural dan agama. Namun demikian, analisis yang kedua yang dominan muncul dan dipercaya akan terjadi pada pemilihan putaran ke dua.

Faktor Klasik

Empat faktor di atas dalam konteks peningkatan elektabilitas sebenarnya merupakan faktor klasik yang menentukan efektivitas komunikasi, khususnya komunikasi yang bertujuan membentuk sikap atau tindakan seseorang, atau yang disebut dengan persuasi. Tokoh besar persuasi adalah Aristoteles, yang menggunakan istilah retorika untuk menjelaskan hal yang sama, menyebutkan bahwa faktor yang menentukan efek persuasi adalah komunikator atau *persuader*. Segala kapasitas yang melekat pada komunikator adalah penentu keberhasilan. Tak ada yang lain lagi. Namun demikian, perkembangan kajian persuasi membuktikan bahwa efek persuasi tidak semata ditentukan oleh komunikator (*persuader*) tetapi juga faktor lain seperti karakteristik *persuadee*, konteks atau lingkungan persuasi, dan media persuasi yang digunakan.

Kombinasi dari beberapa elemen ini menentukan keberhasilan.

Calon yang menguasai debat, belum tentu memiliki gaya komunikasi keseharian yang disukai oleh pemilih, tokoh yang kredibilitas atau memiliki kesamaan kepentingan dan karakteristik dengan pemilih, demikian sebaliknya. Memenuhi ke empat faktor ini, secara teoritik diprediksi dapat membentuk kesan positif pada pemilih, namun secara empiris, belum tentu dapat meningkatkan elektabilitas. Ada faktor lain yakni karakteristik para pemilih. Calon yang berkualitas belum tentu dipilih oleh pemilih yang memiliki orientasi kepentingan yang berbeda dan beragam. Konteks persuasi juga menentukan. Konteks politik tentu tidak sama "rumusnya" dalam mempersuasi dalam konteks relasi sosial, keluarga dan beragam konteks yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa faktor yang menentukan elektabilitas tidak tunggal, tapi sangat banyak dan rumit. Namun demikian, dalam konteks politik, kepentingan memperoleh kekuasaan lebih dominan, karena itu orang sangat percaya, apa pun dapat terjadi. Namun begitu usaha-usaha memperbaiki elemen yang dapat dikendalikan oleh calon tetap penting. Meningkatkan kualitas calon pemimpin, termasuk kualitas komunikasi, tetaplah punya arti. **

Yudi Perbawangsih

Dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UAJY.

WWW.

<http://cetak.harianbernas.com/25628>