

KEMENTERIAN HUKUM DAN HAM RI
BADAN PEMBINAAN HUKUM NASIONAL
Pusat Dokumentasi dan Jaringan Informasi Hukum Nasional
Jl. Mayjen Sutoyo-Cililitan Jakarta Timur

Sumber : KORAN SINDO	Hari/Tgl : Jumat, 18 Feb 2022	Hlm/Kol : 4/2-6
Subjek : PEMILIHAN UMUM		Bidang : ^{Hukum} Tata Negara

Bursa Capres

2024



GUN GUN HERYANTO

Direktur Eksekutif The Political Literacy Institute dan Dosen Komunikasi Politik UIN Jakarta

Komunikasi politik elite menuju Pemilu Presiden 2024 semakin intensif dilakukan. Hampir setiap saat, elite utama partai politik saling berbagi pesan dan kesan dipanggung publisitas politik. Komunikasi verbal maupun nonverbal dihadirkan dalam konteks yang beragam dan sengaja dikonstruksi multimakna. Fenomena ini, harus diposisikan sebagai bagian dari karakteristik komunikasi politik, yang oleh Robert E Denton dan Gary C Woodward, dalam bukunya *Political Communication in America* (1990), sebagai intensi atau tujuan pengirimnya untuk memengaruhi lingkungan politik. Uji reaksi pada calon kawan dan lawan, perang urat saraf, persuasi

ke khalayak melalui manajemen isu di ragam kanal yang diakses warga, serta penguasaan opini publik, membuat suasana politik nasional mulai gegap gempita. Di saat bersamaan, semua kekuatan membaca peta politik guna mengintip peluang serta mengatur posisi yang tepat, di tengah konstelasi pola komunikasi politik yang masih acak.

Membaca Konstelasi

Fenomena menarik untuk dicermati saat ini adalah masing-masing partai melakukan pemosisian diri untuk membaca konstelasi lebih dini. Hal ini terkait dinamika yang masih terus berubah seiring dengan kepentingan politik komodasi yang masih bersifat cair. Ada kebutuhan strategis dari masing-masing partai untuk mendapatkan insentif elektoral dari sosok-sosok kuat dan punya prospek pasar pemilih jelas di Pemilu 2024. Inilah yang kerap disebut *coattail effect*, yang menghadirkan persona figur capres atau cawapres bagi peningkatan suara di basis pemilih yang sudah terpersuasi oleh daya tarik figur utama yang dimunculkan.

Strategi utama yang dilakukan partai-partai yakni membangun kesadaran kelompok atau kolektif di internal, melalui konvergensi simbolik lewat to-

koh utama mereka yang dijadikan tema fantasi. Strategi ini diharapkan menjadi perekat internal sekaligus basis memisahkan diri ke pihak luar untuk membuka dialog di zona yang memungkinkan mereka turut serta dalam kesekapatan (*zone of possible agreement*).

Secara akademik, istilah konvergensi simbolik bisa dirunut dari pemikiran Ernest Bormann mengenai *Symbolic Convergence Theory* (SCT) yang mulai dikembangkan di University of Minnesota pada 1970-an. Bormann sendiri berangkat dari pemikiran Robert Bales tentang proses interaksi kelompok kecil dalam konteks psikologi sosial. Kini, konvergensi simbolik tak hanya dikaji dalam komunikasi kelompok, melainkan juga berkembang hingga komunikasi politik di publik. Secara ringkas, terminologi konvergensi simbolik bisa kita rujuk dari tulisannya John F Cragan, *Understanding Communication Theory: the Communicative Forces for Human Actions* (1998), yang menjelaskan konvergensi simbolik sebagai kekuatan komunikasi di balik penciptaan kesadaran umum atau realitas simbolik yang disebut sebagai visi retorik. Visi retorik ini menyediakan sebuah bentuk drama dalam bentuk cara pandang, ideologi

maupun paradigma berpikir.

Dalam konteks partai-partai jelang Pilpres 2024, mereka berupaya menciptakan kesadaran umum di internal basis konstituen, dan struktur partai masing-masing melalui visi retorik adanya agenda bersama memenangkan sosok baik capres maupun cawapres yang mengikat sentimen kesadaran kekitaan di antara mereka. Sosok capres yang potensial masuk bursa pencapresan 2024, personifikasinya ada pada tokoh elite parpol seperti Prabowo Subianto (Partai Gerindra), Puan Maharani, Ganjar Pranowo (PDI Perjuangan), Agus Harimurti Yudhoyono/AHY (Partai Demokrat), Airlangga Hartarto (Partai Golkar). Selain elite parpol sejumlah nama nonparpol pun menjadi magnet elektoral, seperti nama Anies Baswedan dan Ridwan Kamil. Selebihnya ada nama seperti Erick Thohir dan sederet nama lainnya yang sedang gencar melakukan publisitas politik agar dipertimbangkan publik dan kekuatan parpol untuk masuk bursa pencapresan.

Yang jelas ketiadaan sosok petahana, dianggap sebagian kalangan sebagai kesempatan bagi siapa pun untuk mencalonkan diri. Makanya tak heran, jika banyak orang sesungguhnya tak memiliki tingkat elektabilitas tinggi tetapi tetap percaya diri membangun komunikasi politik dan pemasaran politik guna membuka peluang dipertimbangkan oleh publik sekaligus oleh partai atau gabungan partai sebagai pengisi salah satu slot baik di capres maupun cawapres.

Konsolidasi Kekuatan

Di Pilpres 2024 kekuatan politik kemungkinan terkonsolidasi di tiga poros pasangan. Pertama, poros PDI Perjuangan dan Gerindra. Kemungkinan terbesarnya, PDI Perjuangan akan mempertimbangkan Puan Maharani menjadi pasangan Prabowo. Kongsi PDI Perjuangan dan Gerindra bisa mengusung paket capres/cawapres.

Nama Ganjar juga belum tentu masuk kotak di PDI Perjuangan. Terutama jika kita menengok proses kandidasi Jokowi di Pilpres 2014 lalu. Meskipun awalnya berkehendak memosisikan Megawati sebagai capresnya PDI Perjuangan, akhirnya mereka realistis mencapreskan Jokowi setelah melihat data faktual tingkat elektabilitas Jokowi yang meroket.

Kedua, poros yang berpotensi diinisiasi oleh Partai Nasdem dan Golkar. Nasdem sudah menyebutkan nama tiga sosok yang berpeluang diusungnya yakni Ganjar Pranowo, Anies Baswedan dan Ridwan Kamil. Tentu, ketiga sosok ini masih akan diuji konsistensi perannya jelang nominasi usungan resmi. Faktor pengujinya adalah tingkat keterpilihan, penerimaan dan keterkenalan mereka. Selain itu juga tidak ada masalah hukum yang berpotensi merusak, bahkan mungkin menggajal mereka. Salah satu dari tiga nama tersebut bisa saja diusung Nasdem untuk dipasangkan dengan nama dari Partai Golkar, seperti Airlangga Hartarto. Poros ini sangat berpotensi didukung oleh PKS, terutama jika sosok Anies Baswedan yang menjadi salah satu nama di paket pasangan.

Ketiga, poros yang mungkin diinisiasi oleh partai yang elite utamanya juga berkehendak maju, sebut saja Partai Demokrat dengan AHY dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dengan Muhaimin Iskandar. Poros ini langkahnya akan sangat berat karena harus menuntaskan misi mengkonsolidasikan kekuatan lain agar melampaui syarat ambang batas pencapresan (*presidential threshold*) 20% kursi DPR atau 25% suara sah nasional. Selain Demokrat dan PKB, sesungguhnya juga ada partai-partai yang masih membaca situasi dan bersifat cair bisa berkongsi dengan siapa saja, misalnya PAN dan PPP. Tetapi dua partai terakhir akan sangat ditentukan faktor penggerak di *injury time*.

Banyak nama mulai beredar, diujicobakan di pasar pemilih. Ragam teknik persuasi masih dilakukan oleh banyak kalangan, menggadag-gadag nama jagoannya agar beresonansi dipersepsi khalayak sekaligus mendapatkan "tempat" di calon pemilih. Bursa capres ini masih jadi pasar bebas sekarang. Semua orang bisa memosisikan diri sebagai capres maupun cawapres.

Pada akhirnya, ada tiga faktor yang akan sangat menentukan. Pertama, menguatnya legitimasi dari dua kekuatan utama, yakni publik dan partai politik. Legitimasi dari publik seiring dengan peningkatan sentimen positif yang mewujud dalam bentuk dukungan di mana-mana, serta lintas kekuatan. Hal ini tidak sepenuhnya bisa dikonstruksi oleh elite. Kerap kali ada sosok-sosok yang memiliki momentum didukung oleh kehendak publik lintas daerah, lintas strata dari lintas kekuatan politik. Legitimasi dari publik saja tak cukup, mereka juga harus mendapatkan tempat dalam proses kandidasi internal parpol yang memiliki kursi di DPR, dengan cara mengkonsolidasikan kekuatan melampaui *presidential threshold*.

Kedua, kepiawaian mengatasi ragam serangan yang akan menghantam siapa pun yang berpotensi besar masuk gelanggang pertarungan. Mulai dari sisi hukum hingga kehidupan pribadi akan menjadi bahan yang dikuliti banyak orang. Manajemen isu dan manajemen konflik menjadi sangat menentukan. Dalam hal ini pengelolaan media massadan media sosial termasuk yang harus diperhatikan.

Ketiga, komunikasi dengan kekuatan ekonomi seperti pengusaha dan jangkar-jangkarkhalayak kunci lainnya guna memastikan bahwa dirinya memiliki modal sosial yang namanya kepercayaan dari kekuatan nyata di luar parpol yang biasanya akan turut menentukan secara signifikan peluang seseorang masuk bursa pancapresan. □