

MEMETAKAN TIPOLOGI PEMILIH DKI DALAM PILKADA 2017

Lely Arrianie

Email ; lelyarrianie@gmail.com

Dosen Komunikasi Politik universitas Bengkulu

Dan Ketua Program Pascasarjana Komunikasi Universitas Jayabaya Jakarta

Abstrak

Pilkada 2017 telah digelar, yang menarik pada pilkada serentak tahap dua tersebut adalah bahwa DKI Jakarta menjadi salah satu peserta Pilkada paling banyak disorot media baik lokal, nasional maupun internasional, tidak heran, karena DKI Jakarta menjadi barometer pemerintahan dari seluruh pemerintahan daerah di seluruh Indonesia.. Perebutan kekuasaan kepemimpinan di DKI juga menjadi wacana publik yang terus menjadi kajian menarik untuk dilihat dari sudut manapun. Baik bagi para bakal calon yang maju bertarung, tim kampanye, isu dan propaganda politik yang dimainkan oleh para pendukung, maupun oleh para pengelola medis. Pertarungan akhirnya dimenangkan oleh pasangan Anies dan Sandy. Bagaimana tipologi pemilih DKI yang terpetakan dalam Pilkada itu, pertanyaan menarik yang perlu dalam tulisan ini.

Kata kunci : Pilkada DKI, Tipologi Pemilih dan Propanda dalam kampanye.

1. Pendahuluan

Pilkada DKI usai digelar, proses politik itu menyisakan banyak argumentasi atas berbagai peristiwa politik yang melingkari, bahkan sebelum pilkada yang akhirnya berlangsung dua putaran itu digelar, berbagai demonstrasi, unjuk rasa dan gerakan protes mewarnai majunya salah satu pasangan kandidat yang diduga pada saat itu melakukan perbuatan dalam bentuk “penistaan agama” tercatat 6 kali demo besar (411, 212, 112, 212 jilid dua, 313, 55) meski sebelumnya 14 okt 2016 sudah ada gerakan yang dilakukan menyasar kepada kandidat Calon Gubernur Ahok, tuntutan diajukan ke bareskrim POLRI, berbagai demo yang dihadapkan kepada kandidat kepala daerah dalam hal ini Ahok, yang secara langsung maupun tidak langsung secara psikologis dan politis pastilah mempengaruhi massa pemilih yang kemudian akan memilih, apalagi isu yang dikembangkan bahkan menyasar kemana-mana, termasuk Isu SARA, dan masyarakat yang bukan pemilih di DKI pun memberikan argumentasi atas berbagai peristiwa yang terjadi sepanjang pesta pilkada di gelar. Meski dalam pertarungan politik di berbagai negara seperti yang di temukan dan ditulis Mc, Nair (1995) atau di

Indonesia yang ditulis Novel Ali (1999), Nimmo (1993 dan 2000), bahkan tulisan Mulyana (1999) Bluhn (1981) maupun affan Gaffar (2012) , mereka menyajikan berbagai fenomena, teori, pendekatan bahkan analisis yang berkaitan dengan pertarungan politik dalam berbagai level.

Akhirnya , setelah melalui dua putaran pasca gugurnya pasangan Agus dan Silvy pada putaran pertama, lalu dilanjutkan putaran kedua dengan hanya dua pasangan calon, pasangan Anies- Sandi pun memenangkan kompetisi dengan perolehan suara akhir berdasarkan perhitungan *Real Count* KPU DKI sebesar 42.05 % untuk Ahok – Djarot dan Anies – Sandi 57,95 %.. Hasil itu tentulah menggambarkan pilihan warga DKI terhadap kandidat yang dimenangkan, sehingga menjadi menarik mempertanyakan, Bagaimana sesungguhnya tipologi para pemilih DKI dalam pilkada DKI tahun 2017 ini ?

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kandidat, opini publik dan pemilih

Tidak dapat dipungkiri bahwa opini publik tentang kandidat calon Gubernur DKI Jakarta, menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam mengurai proses dan segala perdebatan sepanjang kampanye dan akhirnya pemilihan di gelar. Berbagai opini yang entah sengaja digiring, tergiring dan dikelola oleh tim kampanye menunjukkan bagaimana pesta politik di Pilkada DKI seolah berasa “pilpres”, tidak sekedar pertarungan antar kandidat, tapi hiruk pikuk opini yang berkelebat tentang partai politik pengusung yang menggambarkan “orang – orang Besar” dibelakangnya, misalnya , menjadikan calon pemilih mau tidak mau dihadapkan pada argumentasi tentang siapa orang yang ada dibalik partai pengusungnya. Siapa yang ada dibelakang kandidat menjadi kajian Chaffae dan albert (1982), dan diulas dalam berbagai teori yang ditulis Fisher (1978), Douglas (1970), maupun dengan berbagai metode seperti yang disipakan Denzin (1994).

Agus dan Sylvi yang ditopang partai utama Demokrat yang notabene ada Susilo Bambang Yudhoyono didalamnya, Ahok- Djarot yang diusung partai utamanya PDIP ada Megawati soekarnoputri dibelakangnya, dan Anies – Sandi yang diusung Partai Utama Gerindra , ada Prabowo Subianto di belakangnya, menyisakan dimensi pertarungan opini yang sungguh luar biasa, .ia membenturkan *branding image* kandidat dan membentuk citra kandidat dimata calon pemilih. opini publik ini bahkan disinyalir sebagai kekuatan lain selain kekuatan lain yang dimiliki dalam kekuasaan , yakni trias politica dari Montesqueu : legislatife, eksekutife , yudikatif.

Kesadaran tentang kekuatan opini publik ini disadari benar oleh mereka yang hendak bertarung di panggung politik, tidak kurang Ogburn dan Ninkoff yang memperjelas bahwa setiap organisasi yang tersusun selayaknya mendapat dukungan opini publik, dan tidak boleh ada opini publik yang menentangnya untuk memperoleh kekuasaan, sebuah kekuasaan yang hendak dicapai bahkan yang sudah adapun, tidak akan bertahan tanpa dukungan opini publik. Karena opini publik tidak hanya bisa mendukung kekuasaan bahkan menggulingkannya. Baik melalui demonstrasi, unjuk rasa dan dan gerakan protes ke lembaga politik resmi maupun parlemen jalanan.

Dengan demikian, opini publik harus bisa dibentuk dan di pelihara, dibina dan dikelola dengan baik oleh seluruh komponen kekuatan politik, (Kandidat, partai pengsung, tim kampanye dan massa pendukung). Baik melalui komunikasi politik yang intensif dan persuasif, maupun melalui pesan yang informatif , cara yang edukatif, bahkan yang koersif.

Sejak lama Ferdinand Tonnies (1922) menyatakan bahwa :” *The ‘Public opinion’ of country nation, or public opinion in the strict sense, is distinguished conceptually as an exspression of group will from thr popular nation of ‘public opinion’ as a conglomeration of various divrse and contradictory views”*.

Opini publik disejajarkan sebagai tujuan komunikaasi politik, itu sebab maka opini publik bisa dibentuk sebelum dan sesudah kekuasaan di dapatkan, dalam teori komunikasi

paradigma mekanistik, opini publik ia dianggap sebagai “pesan” dan proses komunikasi massa, dimana khalayak komunikasi politik saling bertukar informasi sehingga ia bisa berkelindang sebagai efek komunikasi politik dari khalayak terhadap politisi yang hendak bertarung di partai politik atau terhadap partai politik. Bisa juga sebaliknya. Yang kita kenal sebagai model “timbang balik” dalam politik.

Peran Media pun tidak kalah pentingnya dalam pembentukan dan penguatan opini publik, itu sebab Dennis Mc Quill (2002) menyatakan “media harus objektif” ini artinya Mc. Quill sebenarnya sudah mengkhawatirkan terhadap kemungkinan media yang berpihak terhadap berbagai kepentingan politik termasuk dalam politik pilkada.

Political of Fairs, seharusnya menjadi diskursus mainstream dan perdebatan objektif, ketika menyaksikan dan mengkaitkan media dan kepemilikannya terhadap kandidat yang diusung oleh partai politik, terutama yang memiliki relasi dengan tokoh yang memiliki media. Meski secara ideal, media harusnya objektif, tidak dapat dipungkiri apa yang kemudia terjadi dalam banyak peta pertarungan politik termasuk di Pilkada DKI.

2.2. Pemilih dan tipologi Pemilih

Para pemberi suara dalam sebuah pertarungan politik atau yang disebut “pemilih”, bisa dilihat bagaimana dia dikelola oleh partai politik dan para tim sukses serta kandidat itu sendiri. Sehingga dalam banyak kajian komunikasi politik ditemukan bahwa para pemilih ini adalah mereka yang cenderung memilih afeksi dan atau perasaan kedekatan terhadap kandidat dibanding kampanye yang dilakukan kandidat untuk mendekati mereka. Hanya mereka yaang kurang minatnya dalam politik yang justru lebih mudah di dekati dalam kampanye. bahkan di pengaruhi.

Berbagai tipologi pemilih itu pernah dikemukakan oleh Nimmo (1993 dan 2000). Kedalam 4 (empat Kategori). Yakni :

1. Tipe Rasional
2. Tipe Reaktif
3. Tipe Responsif dan
4. Tipe aktif.

Nimmo (2000) Menggaris Bawahi bahwa pemilih atau pemberi suara dengan tipe rasional adalah mereka yang menampilkan aksional diri, ini adalah sikap intrinsik yang dimiliki oleh setiap karakter pemberi suara untuk kepada siapa suara akan ia berikan.

Pemilih Rasional selalu dapat mengambil keputusan jika dihadapkan pada alternatif dan ia akan memilih alternatif secara sadar, bahkan dapat menyusun alternatif secara transitif, bahkan pemilih rasional cenderung memilih alternatif yang peringkat preferensinya paling tinggi dan pemilih rasional juga akan konsisten memilih keputusan yang sama jika dihadapkan pada alternatif yang sama.

Itu sebab pemilih rasional sangat memiliki minat yang aktif dalam kegiatan politik, mereka cenderung mencari informasi dan berdiskusi serta bertindak berdasarkan kepentingan tidak hanya untuk diri sendiri, tapi juga untuk kepentingan umum. Mereka bahkan tetap konsisten ketika berhadapan dengan kekuatan politik yang menekan.

Disisi lain tipe “reaktif” merupakan tipe pemilih yang tertarik secara emosional kepada partai politik, ketertarikan itu merupakan manifestasi aksi diri dan dirinya sebagai pemberi suara yang reaktif, identifikasi pada partai dianggap oleh pemilih reaktif akan mampu menciptakan citra dirinya termasuk pengalaman politik yang dimasukinya, anggapan ini seolah menjustifikasi atas tabir persepsi individu reaktif bahwa individu dapat melihat keuntungannya dalam mempersepsi partai dan kepartaiannya, jika ikatan kepartaian makin kuat maka proses seleksi dan distorsi persepsinya boleh jadi akan meningkat dan membesar.

Tipe “responsif” merupakan tipe pemberi suara yang mudah berubah sesuai perkembangan waktu dan keadaan, perkembangan politik bahkan karena kondisi sesaat.

Meski sebelumnya ia mempunyai kesetiaan kepada partai, belum tentu itu mempengaruhi afiliasinya kepada kepada kandidat yang disusung partainya , jadi hubungan dengan partai rasional tapi dalam perilaku memilih ia memilih hubungan yang emosional. Pemberi suara responsif menurut Nimmo lebih dimungkinkan oleh banyak faktor jangka pendek terutama berkaitan dengan pemilu, pileg dan pilkada tertentu, dibanding kesetiannya yang panjang kepada kelompok dan partai.

Sementara itu, tipe “aktif” adalah mereka yang tergolong sebagai pemberi suara yang terlibat aktif dalam menginterpretasikan peristiwa, isi politik, partai dan personalitas, dengan menetapkan, menyusun dan menerima berbagai pilihan yang disodorkan. Dan mereka para pemilih aktif akan merumuskan citra politik tentang apa yang diperhitungkan mereka sebagai varian.

Namun dalam realitasnya menurut temuan Lely Arrianie (2006) ada tipe pemilih “transaksional” yang cenderung berlaku juga di panggung politik lainnya yang berkembang dalam konteks politik. Baik “transaksi” dalam konteks kekuasaan yang akan diberikan seandainya yang dipilih menang, maupun transaksi dalam bentuk hadiah dan dukungan terdapat peran politik yang akan diambil pemilih kedepan ayau meski tanpa kepentingan politik hadiah dapat dijadikan sebagai sebuah transaksi.

3. Metodologi

Tulisan ini merupakan deskripsi interpretasi dari berbagai fenomena yang muncul sepanjang proses Pilkada DKI 2017 , berbagai data di peroleh melalui liputan media, dan teknik “mencuri dengar” perbincangan para tokoh politik dalam live media .yang lazim dalam metode dan pendekatan yang berperspektif kualitatif. Analisis data di interpretasikan dan di deskripsikan sehingga ditemukan penarikan kesimpulan yang bisa menjelaskan fenomena mengenai tipologi pemilih DKI yang dipetakan

4. Analisis.

Pesta politik dalam pilkada DKI tercatat merupakan perhelatan politik paling melelahkan dan paling banyak menyita perhatian publik, tidak heran karena DKI dianggap sebagai barometer politik nasional. Tetapi bukan sekedar pesta yang menjadi sorotan masyarakat yang bahkan bukan pemilihnya, melainkan karena para petarung yang maju dalam pilkada itu.

Ditengah gonjang ganjing dan rasa penasaran publik tentang siapa yang akan diusung oleh partai Demokrat, tiba tiba ketua partai dalam hal ini Susilo Bambang Yudhoyono mengumumkan bahwa “putra Mahkota” nya yakni Agus harimurti Yudhoyono lah yang akhirnya ditampilkannya untuk melenggang menjadi Petarung di Pilkada DKI, Agus yang disinyalir sebenarnya memiliki karir cemerlang dibidang militer harus mengakhiri peran kemiliterannya untuk memasuki kancah politik yang nampaknya di persiapkan orang tuanya, dengan bercucuran air mata agus pun menyatakan pengunduran dirinya dari Militer untuk fokus mengelola dan menjalani pilihan politiknya ,

Lebih mengagetkan lagi ternyata Agus didampingi Silvy yang notabene adalah birokrat di pemda DKI yang cukup senior, perempuan bergelar Profesor inipun juga harus menanggalkan jabatan dan kedudukannya sebagai Aparat Sipil Negara (ASN) demi tujuan politiknya untuk bisa menduduki kursi nomor 2 (dua) di DKI. Apalagi Silvy sesungguhnya punya relasi pada kandidat lain yakni Ahok- Djarot yang sudah lebih awal menyatakan pencalonannya kembali bahkan merupakan atasannya di Pemda DKI Jakarta.

Sayangnya pada putaran pertama Agus Harimurti Yudhoyono – Sylviana murni harus berhenti dan tidak lagi bisa melanjutkan pertarungannya, karena mereka hanya memperoleh 973.950 suara atau sekitar 17.02 % . pasangan Basuki Tjahaja Purnama dan Sjarot Syaiful

Hidayat memperoleh 2.364.577 atau 42,99 % dan pasangan Anies Rasyid Baswedan dan Sandi Uno memperoleh 2.197.333 atau 39,95 %. Dengan demikian, yang bisa maju dalam putaran kedua pilkada DKI adalah pasangan Ahok- Djarot dan Anies- Sandi.

Peta pertarungan yang menyediakan dua pasang kandidat itu, makin memperlihatkan pertarungan opini yang berkelindang kemaana mana, meski pada putaran pertama demo besar menghadang pasangan Ahok –Djarot nyatanya ia melenggang ke putaran kedua. Lalu di putaran kedua terjadilah perebutan suara pendukung Agus silvi. Berbagai manuver pasangan calon dilakukan untuk merebut dukungan, mungkin karena mereka menganggap bahwa perebutan suara pendukung bisa diselesaikan dengan cara merebut dukungan partai pengusung. Meski secara teoritis hal itu belum tentu benar.

Pertarungan opini disela sela perebutan suara pendukung yang diideologi kan melalui partai pengusungpun, tidak kurang menjadi pijakan para tim kampanye untuk melihat arah dukungan publik ditengah arus massa yang terus menyesak agar kandidat calon Gubernur nomor urut 2(dua) yakni Ahok untuk ditahan karena kasus penistaan agama yang dituduhkan kepadanya,.opini massa di media sosial terutama juga media mainstream juga seolah tidak memberi ruang sedikitpun bagi pembelaan Ahok, tidak heran, karena menurut sebagian besar pengunjung rasa yangmengejar Ahok bahwa apa yang dilakukan Ahok adalah kesalahan besar karena mencampuri dan menilai urusan agama lain.

Tetapi diantara para elit partai pendukung yang diperebutkan misalnya, PPP juga terpecah kedalam dua dukungan, sehingga ini juga bisa membentuk opini publik pendukung partai PPP, untuk mengarahkan dukungannya terlepas apakah mereka sudah punya pilihan atau tidak berdasarkan tipologi memilih yang melekat pada di dirinya.

Meskipun Pilkada DKI dan massa pemilih DKI disinyalir sebelumnya adalah mereka yang tergolong kedalam tipe rasional, namun dalam pilkada kali ini, media menulis berbagai

pendapat massa pemilih dan bahkan yang bukan pemilih yang menyatakan bahwa cukup banyak yang dalam postingannya di media sosial bahkan dari pendapat pribadinya, cenderung memperlihatkan positioningnya sebagai pemilih reaktif dan responsif yakni pemilih yang merasa memiliki kedekatan emosional kepada partai misalnya, para pendukung, simpatisan, aktivis partai Gerindra akan mengarahkan pendapatnya untuk mendukung calon yang diusung oleh partai Gerindra, demikian juga kedekatan secara emosional dengan partai PDIP cenderung membuat pernyataan dan dukungan terhadap pasangan calon yang didukung oleh partai PDIP, sementara calon pemilih yang responsif lebih dimungkinkan dengan membaca berbagai kemungkinan yang akan dihadapi dan atau yang melekat pada pasangan calon yang bertarung, karena pemilih responsif sangat mudah berubah dengan melihat waktu, peristiwa politik dan kondisi sesaat.

Membaca berbagai telaah politik di media, termasuk media sosial dan diskusi politik yang digelar baik oleh komponen organisasi masyarakat maupun yang diperbincangkan di media mainstream, nampak bahwa opini publik memang telah dibentuk dan direayasa sedemikian rupa untuk memberi penilaian tentang pasangan calon yang bertarung di Pilkada DKI.

Parahnya isu SARA terutama agama memang mendominasi faktor dukungan, terlebih dengan kasus penista agama yang dilekatkan pada Ahok, atau istilah “kafir” dan segala perdebatan yang menyertainya. belum lagi isu lain yang menggelinding mengiringi kapasitas calon terutama Ahok Djarot yang diidentifikasi sebagai penguasa yang hanya bisa “menggusur. Meski kinerja mereka selama memimpin sebelumnya masih cukup diapresiasi warga DKI lebih dari rata-rata 50 lebih yang dipublikasikan oleh banyak lembaga survei.

Kampanye yang digelar oleh pasangan calon itupun menghadapi situasi yang berbeda, ada pasangan yang dalam jejak jejak kampanyenya tercatat beberapa kali dihadang,

dilarang memasuki wilayah kampanye, tidak boleh masuk ke mesjid, meski tanpa Ahok, belum lagi situasi sekitar kampung kampung yang dipenuhi spanduk “ pendukung penista agama , tidak boleh diholatkan di mesjid ini jika meninggal “ dan catatan unjuk rasa yang boleh jadi bisa mengerahkan massa sebanyak itu baru terjadi pertama kali di Indonesia.

Berbagai prestasi yang ditoreh pasangan Ahok – Djarot yang dilansir oleh berbagai lembaga survey juga tidak mampu meredakan opini publik tentang positioning Ahok sebagai “penista agama” barangkali itu juga yang menyebabkan Ahok lebih memilih berkampanye di rumah inspirasi ketimbang turun ke lapangan . sehingga Djarotlah yang diterjunkan ke kantong kantong pemilih, itupun di lalui dengan berhadapan pada banyak peristiwa penghadangan dan demo penduduk yang kemudian diketahui bunlah penduduk asli ditempat kampanye, nmelainkan mereka yang seperti sengaja diutus untuk menghalangi Djarot bertemu warga . Ahok juga sampai pernah dilarikan dengan angkutan kota untuk menghindarkannya dari serangan orang yang membuntuti dan menghadangnya mendatangi tempat kampanye.

Peristiwa itu tentu bukan pelajaran yang baik dalam sebuah proses demokrasi, tapi apa boleh buat, opini massa memang terlanjur di framing sedemikian rupa , Dan Nimmo pernah menyatakan bahwa semua opini yang dibentuk tentang kandidat, akan menjadi pijakan pemilih kedalam tiga kategori yakni 1). Atribut, 2) .Perspektif dan 3). Dan persepsi pemberi suara.

Ada banyak soal mengapa misalnya pemilih mengalihkan pilihannya dari satu partai kepada partai lain atau dari satu kandidat kepada kandidat lain, itu karena adanya atribut sosial dan demografi. Dalam kasus pilkada DKI , ada pemilih yang sebelumnya mendukung Ahok memang mengalihkan pilihannya pada pasangan penantang Ahok dengan alasan atribut sosial yang melekat pada Ahok sebagai penista agama. Sehingga konsekuensinya bahwa

sebelumnya ia penddukung partai PDIP pun akan mengalihkan pilihannya pada partai lain karena partai terssbut mendukung pasangan calon yang kemudian tidak didukungnya.

Jadi ada kepentingan sosial individu pemilih yang bisa diakomodasi kandidat yang dipilihnya entah atas dasar persamaan agama, kekerabatan, hubungan pertemanan atau bahkan karena secara demografi kandidat adalah kandidat yang berasal dari daerah dimana pemilih juga berasal. Atribut dan demografi ini disinyalir juga oleh Nimmo (2000) sangat berkaitan dengan “citra politik”, dalam kasus citra diri politik kandidat dan pemilih ia berkaitan dengan citra diri partisan, citra diri kelas , citra diri ideologis dan citra diri jabatan yang ideal.

Jadi, dapat dipahami bahwa meski pada akhirnya pasangan Ahok – Djarot kalah dalam pertarungan akhir di pilkada DKI, ia masih didukung cukup banyak warga DKI yang tercatat melebihi jumlah penduduk yang beragama lain selain Islam, ini artinya citra diri Ahok boleh jadi keluaqr dari dikotomi kepemilikan ideologi dan agama yang dianutnya tetapi tidak mampu memenuhi unsur citra diri seperti yang di gagas Nimmo.

Masih cukup banyak pemilih DKI yang dihitung memiliki citra diri pastisan pada kandidat Ahok Djarot, yakni mereka yang tidak terpengaruh pada isu kandidat, peristiwa, citra diri patisan biasanya berkaitan dengan citra ideologis, karena pemilih menyadari bahwa suatu partai dengan ideologi tertentu menjadi pilihannya maka ia akan mendukung kandidat yang ideologi partai itu sesuai dengan ideologinya.

Pada moment politik pilkada DKI citra diri berdasarkan kelas sosial terutama, nampaknya di peroleh secara merata oleh dua pasangan kandidat yang bertarung , dengan demikian dapatlah dipahami jika para pendudukng kedua paqsangan calon yang dimanifestasikan dalam bentuk dukungan di media soisal, pada saat kampanye dan partisipasi di bilik suara menunjukkan konotasi kedua pasangan calon sama diminati, dilihat sebagai

sosok yang layak untuk menggrmban jabatan sebagaqi Gubernur DKI yang akan memimpin mereka sebagai warga DKI.

Dengan demikian telaah terhadap citra diri jabatan ideal, nam paknya hanya berlaku bagi para pemilih DKI yang terikat dalam relasi kerja dengan pasangan calon yang akan memenangkan pertarungan, berbagai manuver petahana Ahok – Djarot yang dianggap tidak mengenal kompromi atas berbagai penyimpangan dalam kinerja bawahannya di DKI , namapknya menjadi salah satu ukuran mereka untu tidak memilih Ahok- Djarot karena boleh jadi ada asumsi yang melekat bahwa jika Ahok-Djarot terpilih mereka tak akan menemukan jabatan ideal seperti yang mereka inginkan, sementara pasangan lain menawarkan pola yang berbeda , tawaran itu bahkan menjadi topik kampanye kandidat dalam debat dan ketika turun ke lapangan.

Pilkada DKI pun usai digelar dengan kemenangan pasangan Anies dan Sandi, tipologi pemilih DKI yang semula dianggap rasional telah bergeser menjadi pemilih yang bersifat reaktif dan responsif. Ini tidak salah dalam politik karena dukungan yang diberikan kepada pasangan kandidat yang bertarung sejatinya akan berkaitan dengan bagaimana nanti mereka berkontribusi untuk mendukung perwujudan janji kampanye kandidat yang mereka pilih dan memang tadi. Tetapi seandainya terjadi pergeseran perwujudan janji kampanye dengan pealitas program pasca keterpilihan orang yang mereka pilih tadi, itu juga adalah masalah klasik yang dianggap lumrah terjadi karena memang janji politik kebanyakan adalah sekedar menarik minat calon pemilih.

5. Diskusi

Menyadari bahwa, usai pilkada serentak 2017 yang digelar di beberapa daerah di Indonesia termasuk di DKI, bahwa 2018 Indonesia masih akan menyelenggarakan pilkada serentak tahap 3, lalu dilanjutkan pilpres dan pileg serentak pada 2019, fenomena pilkada

DKI nampaknya menyisakan ruang diskusi bagi para pemerhati komunikasi politik, politik, manajemen kampanye dan praktisi politik serta praktisi media baik mainstream maupun konvensional untuk bisa mengelola, mendeskripsikan, menata dan mengeksekusi berbagai metode dan pendekatan dalam mengelola proses politik, kampanye politik dan memetakan kemenangan yang akan diraih.

Pilkada DKI juga menjadi bahan pembelajaran bagi kandidat yang memiliki memotivasi untuk bertarung dalam perebutan kekuasaan untuk mulai mempersiapkan berbagai ornamen pendukung yang bisa memuluskan pencalonannya bahkan membaca peluang ketepilihannya.

Bahwa fenomena politik sesaat ternyata bisa menjadi tsunami politik bagi kandidat tertentu yang tidak mampu menyelesaikan soal yang melekat pada dirinya pada saat dan ketika ia akan dan mulai bertarung. Sehingga jalan politik yang dipilihnya justru bukan menempatkannya dipuncak kekuasaan tapi bahkan ke penjara, fenomena ini banyak juga terjadi pasca keterpilihan, dimana mereka yang terpilih harus tersingkir ditengah jalan kekuasaannya dan digantikan oleh pasangannya karena kasus yang melilit dirinya yang kasus itu sebenarnya sudah terbaca sebelum ia menjalani nproses pencalonan.

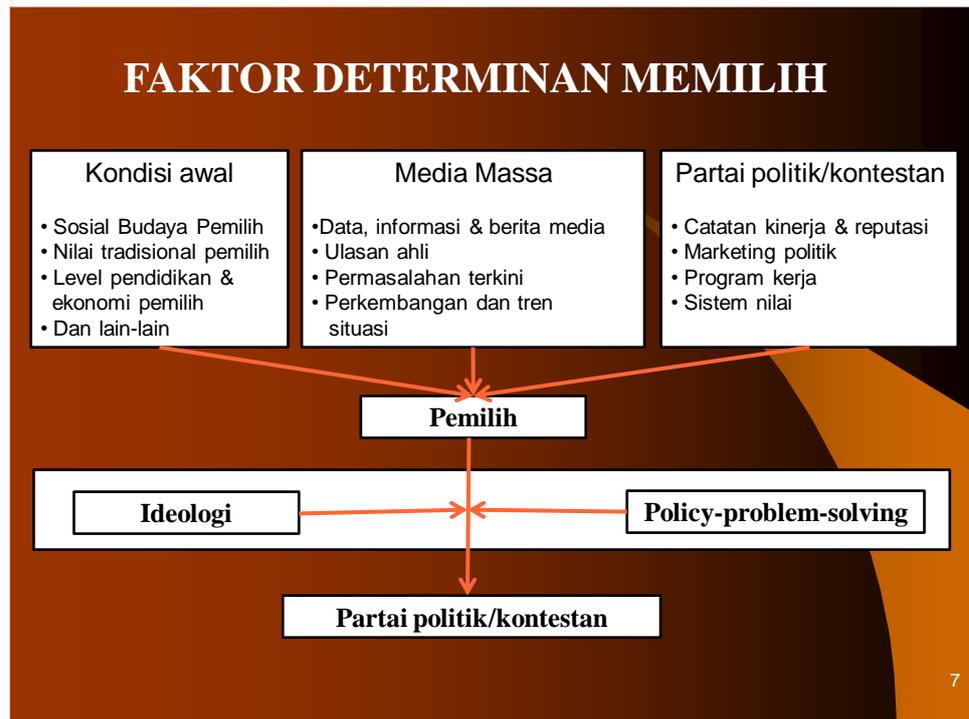
Yang tidak kalah pentingnya dalam mempersiapkan peta pertarungan adalah membaca tipologi pemilih blalu mengelola isu dan opini publik, massa yang akan dibentuk untuk menggiring kemenangannya. Realitas panggung politik DKI dapat dipetakan kedalam gambar berikut ;

JENIS PEMILIH DAN ALASAN MEMILIH

	Pembagian Pemilih		
	Konstituen	Non Partisan	Pendukung Lain
Problem- solving	Penguatan dan proteksi secara rasional	Peyakinan secara rasional	Pengenalan dan merebut secara rasional
Ideologi	Penguatan dan proteksi secara ideologis	Peyakinan secara ideologis	Pengenalan dan merebut secara ideologis

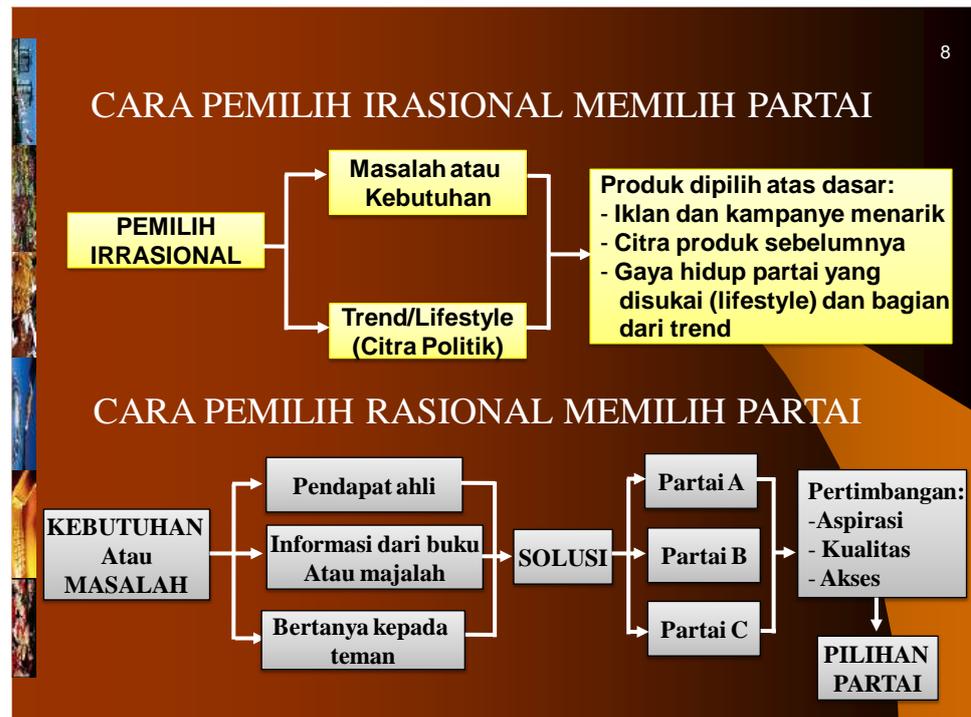
Apa yang bisa dijelaskan dalam gambar diatas memungkinkan kita untuk mengkritisi kinerja calon pasangan dan tim kampanyenya yang tidak mempertimbangkan unsur “reaktif “ dan “responsif” dan tentu saja mengapresiasi kinerja ntim kampanye partai pengusung dan kandidat yang bisa memanfaatkan peluang untuk membaca tipologi selain tipologi pemilih DKI yang rasional, bahwa masih cukup banyak yang mengnut cara pemilihan yang reaktif dan responsif. Bahkan dilihat dari keikutsertaan dipilkada DKI partisipasi politik warga di pilkada DKI Putaran ke 2 juga meningkat menjadi 78 %, meningkat dari putaran pertama yang hanya 75, 75%. Ini tentu saja melampaui target nasional yang tingkat partisipasinya diharapkan 77,5 %. Sementara di Pilkada 2012 DKI hanya berhasil mengumpulkan partisipasi pemilih sebesar 65 % diputaran pertama dan 68 % diputaran kedua.

Ada beberapa faktor determinan yang harus dipertimbangkan jika berkaca pada fenomena pilkada DKI 2017, mengingat 2018 akan ada beberapa daerah yang juga akan menggelar pilkada al :



Gambaran diatas menunjukkan beberapa hal yang harus dibaca pasangan kandidat, tim kampanye, partai pengusung bahkan calon pemilih yang dalam berbagai kapasitas masing –masing seharusnya mampu menggerakkan roda politik pilkada dan kampanye di level apapun. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi cara memprediksi kemenangan. Terlepas dari berbagai hal yang terjadi saat pilkada digelar sehingga survey pemetaan sebelum dan sudah masuk kekancah pertarungan seharusnya tidak menunjukkan perbedaan angka prosentasi yang terlalu jauh, baik ketika kalah maupun menang.

Jika tipologi pemilih dipetakan hanya pada dua kategori yakni rasional dan irrasional (yang kadang disejajarkan dengan pemilih psikologis dan reaktif) maka gambaran yang harus dipertimbangkan jika melihat pilkada DKI 2017 adalah seperti yang digambarkan dalam peta berikut, dan tentu saja ini berlaku untuk pileg dan pilpres. Sehingga dimensi yang sebenarnya ada diluar teori seperti unsur patron klien , ideologis dan transaksional sesungguhnya bisa dikelola menjadi pertimbangan yang bisa dijadikan menu kampanye untuk menarik minat massa calon pemilih, gambaran itu adalah :



Dengan demikian , apa yang telah disajikan dalam tulisan ini tidak sekedar mampu mendeskripsikan peta pertarungan pilkada DKI, tetapi juga membaca fenomena yang berkembang didalamnya berkaitan dengan bagaimana sebuah kemenangan dapat di prediksi dengan melibatkan tidak hanya sekedar tipologi pemilih tapi situasi dan konsisi pada saat pemungutan suara pada saat akan dan ketika digelar.

6' Kesimpulan

Jika ditelisik apa siapa dan bagaimana tipologi pemilih DKI yang memberikan partisipasinya dalam Pilkada DKI , ternyata terjadi pergeseran tipe yang dimungkinkan dari banyak temuan dan survey politik yang dilakukan sebelum pilkada DKI 2017 di gelar. Artinya pemilih DKI yang semula dikategorikan sebagai pemilih rasional yang mengandalkan kinerja kandidat, bergeser menjadi pemilih rasional tapi yang mempertimbangkan unsur emosional kepartaian atau dalam khasanah teori dikenai sebagai pemilih reaktif, pemilih reaktif juga dekat dengan pemilih ideologis, disamping itu ditemukan juga bahwa pemilih DKI juga mempertimbangkan peristiwa politik lain yang mengiringi

waktu dalam proses pilkada serta kondisi sesaat yang terjadi pada saat pilkada DKI akan dan ketika digelar termasuk pada saat penmungutan suara , tipologi ini dikenal dengan tipe responsif.

7. Daftar Pustaka

- Ali, Novel, 1999, *Peradaban Komunikasi Politik* , Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Arrianie, Lely , 2010, *KOMUNIKASI POLITIK, Politisi dan Pencitraan di Panggung Politik*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Bluhm, William T, 1981 *Theories of The Political System : Classics Of Political Thought and Modern Political Analysis*, Third Edition, New Delhi : Prentice Hall of India Private Limited.
- Chaffee, Steven H dan Albert R. Tim, 1982 *Political Communication : Issues and Strategies for Research*, Colipornia : Sage Publication.
- Denzin, Norman, K. dan Yvonna, S. Lincoln, (Editors),1994 *Handbook of Qualitative Research*, London, New Delhi, SAGE Publication.
- Douglas.D. Jack (Editor) 1970 *Understanding Everyday Life ,: Toward Reconstruction Of Sosiological Knowledge*. Chicago : Aldine
- Fisher B. Aubrey, 1978 *Teori-Teori Komunikasi*, Penyunting : Jalaluddin Rakhmat, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Gaffar, Afan, 2002 *Politik Indonesia, Transisi Menuju Demokrasi*, Yogyakarta :Pustaka Pelajar
- Goffman, Erving, 1959 *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City, N.Y.: Doubleday Anchor
- Mulyana, Deddy, 1999 *Nuansa-nuansa Komunikasi, Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer*, Bandung :Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan, 1993 *Komunikasi politik : Komunikator, Pesan dan Media*, Bandung :remaja Rosdakarya.
- , 2000 *Komunikasi Politik : Khalayak dan Efek*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mc, Nair, Brian, 1995, *Introduction to Political Communication*, London, Routlrdge
- Mc.Quail, Dennis 1996, *Teori Komunikasi Massa suatu Pengantar* , Jakarta, Erlangga
- & Sven Windahl 1985, *Communication Models for The Study Mass of Communication*, New York. Longman Inc

DAFTAR RIWAYAT HIDUP SINGKAT

Dr. Lely arrianie. M.Si. Dosen Komunikasi Fisip Universitas Bengkulu sejak Tahun 1990. Disamping menjabat juga sebagai Ketua Program Pasca Sarjana Komunikasi Univ Jayabaya Jakarta dari 2010 sampai sekarang, mengajar juga di Magister Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Magister ilmu komunikasi Unitomo Surabaya, Dosen dan Senat di Akademi Imigrasi (AIM) dan Pendidikan Khusus Keimigrasian (DIKSUSKIM) kementerian Hukum dan HAM RI. No HP 082114081190 no rekening BCA 058 024 4041, Aktif menulis dan menjadi Nara Sumber di berbagai Media Televisi Nasional (TV ONE, METRO TV, KOMPAS TV, INEWS TV, TVRI NASIONAL, BERITA SATU TV, TRANS TV dan

SCTV) Nara Sumber di Radio El Shinta, RRI Pro 3, Sindo Trijaya FM serta Radio Dakta juga menjadi Pembicara di berbagai Workshop dan Pelatihan yang berkaitan dengan Komunikasi Politik. Narasumber di Kompas.com, harian Terbit, rakyat merdeka, teropongsenayan.com, berita 77 com. Republika dan republika.com. Jurna.com serta pengisi kolom tetap tentang komunikasi politik di megapolitan.com dan Instruktur Program KPK satunama, Pendidikan Politik Cerda Berintegritas (PCB)

- **Beberapa tulisan yang pernah di publikasikan di Media Nasional al :**

1. **JOKOWI DALAM GESTUR KEPEMIMPINAN** (Majalah GATRA 2.XXI, 13-16 Nov 2016).
2. **PESAN POLITIK HUKUMAN MATI BANDAR NARKOBA** (Majalah GATRA, 13.XXI, 29 Januari-4 Feb 2015).
3. **BERTARUH KEMENANGAN DI MAHKAMAH KONSTITUSI** (Majalah GATRA ,14. XXII, 4-10 Februari 2016)
4. **MEMBACA PESAN KOALISI LEWAT MEDIA** (OPINI, MEDIA INDONESIA, Kamis 28 Januari 2016)
5. **KETIKA PENJARA TIDAK MENJERAKAN** (OPINI, MEDIA INDONESIA, Kamis, 14 APRIL 2016)
6. **USAI PESTA POLITIK GOLKAR** (OPINI, MEDIA INDONESIA, Rabu 18 Mei 2016).
7. **SELAMAT DATANG PEMIMPIN KEPOLISIAN BERWAJAH HUMAN** (OPINI, MEDIA INDONESIA, Jum at , 17 Juni 2016).
8. **BISING KOMUNIKASI JELANG PILKADA DKI** (OPINI. KORAN SINDO, Sabtu 18 Juni 2016)
9. **GAIRAH DEMOKRASI DI PILKADA DKI** (OPINI, KORAN MEDIA INDONESIA, Jumat, 5 Agustus 2016)

Buku “ KOMUNIKASI POLITIK, POLITISI DAN PENCITRAAN DI PANGGUNG POLITIK 2010)

“METODE PENELITIAN KOMUNIKASI “ (Editor : Deddy Mulyana, solatun)

“TEORI, MODEL, PERSPEKTIF DAN MEDIA DALAM KOMUNIKASI POLITIK’ (2016)