

# Bertarung dengan Elegan

Penulis : Amika Wardana PhD (Sosiolog Universitas Negeri Yogyakarta)

Pengumuman dilanjutkan dengan pendaftaran dua pasangan capres-cawapres ke KPU, menjawab sudah pertanyaan publik tentang siapa yang bakal berkompetisi pada Pilpres 2019. Presiden Joko Widodo didampingi ketua MUI dan Rois Aam PBNU Prof Dr KH Ma'ruf Amin. Kehadirannya didukung koalisi PDIP, PKB, PPP, NasDem dan Hanura. Sedang Prabowo Subianto memilih untuk maju bersama Wakil Gubernur DKI Sandiaga Uno. Didukung Partai Gerindra, PAN, PKS dan PD.

Terlepas dari berbagai manuver elite politik dan juga pro-kontra, keduanya terpilih dengan pertimbangan kelengkapan sosial, politik, ekonomi hingga kultural/agama masing-masing calon. Tentu bertarung dengan elegan memperebutkan kurang lebih 186 juta suara pemilih pada pemilu mendatang. Dalam hal ini terdapat 2 kelompok besar pemilih yang berusaha didekati, yaitu kelompok muslim dan kelompok milenial muda. Di samping kelompok tradisional masing-masing partai koalisi pendukung.

Pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin jelas sangat mengandalkan basis massa kelompok masyarakat nasionalis-sekuler yang selama ini dekat dengan PDIP, NasDem, Hanura dan dua pendatang baru Perindo dan PSI. Ditambah dengan kelompok masyarakat Muslim Tradisionalis yang dekat dengan Nadhlatul Ulama dan PKB. Selanjutnya, Jokowi akan kembali mendekati kelompok milenial yang menjadi pendukungnya pada Pilpres 2014. Upaya tersebut sudah nampak dengan pencitraan beliau dengan music *rock n roll*, jaket bomber, motor ceper hingga *sneaker* yang ditampilkan selama ini. Sedangkan Ma'ruf Amin diharapkan mampu menarik suara pemilih dari kelompok Muslim santri di luar NU memanfaatkan posisinya sebagai Ketua MUI.

Pasangan Prabowo-Sandiaga Uno juga akan sangat berharap pada loyalitas pemilih partai-partai pendukungnya, Gerindra, PAN, PKS plus PD yang merupakan kombinasi antara kelompok Muslim modernis dengan nasionalis-sekuler di luar PDIP. Kedekatan Prabowo dengan tokoh-tokoh Muslim modernis-puritan, seperti Amin Rais dan Habib Rizieq, sejak Pemilu 2014 dan kembali intensif dalam beberapa bulan terakhir mengindikasikan karakter pendukungnya pada pemilu mendatang yang relatif muda (di bawah 50 tahun) dibandingkan calon yang lain ditujukan untuk menarik simpati pemilih pemula dari kelompok milenial yang jumlahnya termasuk besar, mengimbangi daya tarik Jokowi yang tidak dimiliki oleh Prabowo selama ini.

Manakah kira-kira yang bakal menarik simpati pemilih pada Pilpres 2019? Jawabnya terletak bagaimana mesin kampanye masing-masing pasangan berhasil memelihara loyalitas pendukung tradisionalnya. Juga menggaet pendukung dari dua kelompok besar sisanya, Muslim dan Milenial.

Di atas kertas, pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin dipahami memiliki dukungan finansial yang sangat besar dari pengusaha-pengusaha kelas kakap di negeri ini. Namun Keberadaan Sandiaga Uno yang berasal dari latar belakang pengusaha besar memberikan

keseimbangan dalam pertarungan merebut simpati pemilih dalam waktu kampanye mendatang. Iklan-iklan kampanye di ruang publik dan juga media cetak dan elektronik resmi mengunggulkan pribadi dan tawaran kebijakan/program masing-masing pasangan diharapkan akan lebih berimbang.

Namun tantangan terbesar terletak pada bagaimana kedua pendukung pasangan capres-cawapres menggunakan jaringan internet dan media sosial dalam mendekati pemilih potensial. Perlu dicatat bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia sudah mencapai angka 143 juta jiwa atau kurang lebih 55% dari jumlah seluruh penduduk Indonesia di mana 50% lebih didominasi oleh penduduk berusia di bawah 40 tahun. Jelas diperlukan kreativitas tinggi bagi tim pendukung masing-masing pasangan untuk meramu konten dan menemukan serta membuat kanal-kanal menarik di media sosial. Sehingga pean kampanye sampai ke akun-akun para pemilih potensial sesuai dengan karakter demografi dan kepentingannya masing-masing.

Selain itu, semua pihak perlu mewaspadaai persebaran berita-berita palsu, hoax dan sejenisnya di media sosial yang mengunggulkan atau menjelekkan kedua pasangan capres-cawapres. Bentuk-bentuk kampanye hitam ini pasti akan muncul sifat media sosial sangat terbuka. Adalah masing-masing pendukung pasangan yang sudah seharusnya bersepakat menghindari, mengolah dan mengklarifikasi setiap bentuk berita tidak benar tentang masing-masing capres-cawapres. Di samping kampanye hitam berpotensi menciptakan reaksi balik yang liar dan merugikan semua pihak. Sudah seharusnya kita berusaha mewujudkan iklim demokrasi yang sehat dengan informasi yang benar dan pencitraan yang tidak berlebihan tentang pasangan calon kepada para pemilih.