

Menyongsong Pemilu 1987: Soal Kampanye

Tommi LEGOWO*

Ketetapan MPR No. III/MPR/1983, khususnya pasal 2 menyatakan bahwa pemilihan umum mendatang harus dilaksanakan selambat-lambatnya pada akhir tahun 1987. Bila Pemilu 1987 itu nanti terlaksana, berarti Pemilu akan makin melembaga di Indonesia; terjalin adanya suatu kontinuitas dan konsistensi. Di samping itu, ia juga mengandung makna adanya harapan untuk usaha-usaha perbaikan, sebab tentu ada perubahan, paling tidak dalam soal generasi, betapapun kecilnya.

Berbicara soal Pemilu tampaknya tidak dapat mengesampingkan pembicaraan soal kampanye Pemilu. Kampanye merupakan bagian tak terpisahkan dari Pemilu. Tanpa alasan-alasan lain, biasanya kampanye ini menentukan keberhasilan ataupun kegagalan pihak-pihak yang terlibat langsung dalam Pemilu (partai-partai politik). Tampaknya kampanye 1987 nanti menuntut adanya perubahan mendasar baik konsep, pola maupun perilaku pelaksanaannya dibandingkan dari kampanye-kampanye Pemilu sebelumnya. Soalnya tidak lain karena semua partai politik dan Golongan Karya (UU No. 3 Tahun 1985 tentang Partai Politik dan Golongan Karya) telah menyatakan menerima Pancasila sebagai satu-satunya asas organisasi. Asas ciri menjadi hilang. Dalam pengertian ini, sudah ada satu asas bersama yang berlaku untuk lingkup kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

Salah satu masalah yang timbul adalah bagaimana kekuatan sosial-politik itu nanti memunculkan ciri khas masing-masing kalau asas yang dijadikan pedoman dan acuan penjabaran program tidak berbeda antara yang satu dengan yang lain; atau bagaimana konsep, pola dan pelaksanaan kampanye itu nanti disusun dan diselenggarakan sehingga di satu pihak tidak menimbulkan

*Staf CSIS.

korban atau menggoncangkan persatuan dan kesatuan bangsa, di lain pihak masih menampilkan alternatif-alternatif program; ataukah bagaimana kampanye itu seharusnya diselenggarakan sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia.

Selain karena diterimanya Pancasila sebagai satu-satunya asas kekuatan sosial-politik, pertanyaan-pertanyaan itu timbul, juga karena didorong oleh kehendak untuk tidak mengulangi pengalaman yang merugikan dari kampanye-kampanye Pemilu yang lalu. Pengalaman menunjukkan, kampanye Pemilu yang berjalan secara intensif, di sana-sini disertai oleh berbagai insiden dan kecenderungan konflik yang mengakibatkan sejumlah korban tewas dan luka-luka, serta memberi dampak yang dikhawatirkan menggoyahkan rasa kekeluargaan dan persatuan bangsa. Pengalaman ini pula yang merangsang timbulnya gagasan untuk mengadakan pengkajian tentang cara-cara kampanye Pemilu yang lebih baik; dalam pengertian bahwa kampanye itu tetap berada pada landasan Pancasila, dalam jalur pelaksanaan demokrasi dan bertujuan untuk memperkuat dan memantapkan persatuan dan kesatuan bangsa; namun tetap membuka kemungkinan untuk dinamika dan kreativitas.

KUALITAS KAMPANYE

Secara formal, peraturan-peraturan baru tentang kampanye 1987 sebenarnya telah ada, baik tersurat maupun tersirat, di dalam UU No. 1 Tahun 1985 tentang Pemilihan Umum dan UU No. 3 Tahun 1985 tentang Partai Politik dan Golongan Karya. Peraturan-peraturan dasar ini mungkin sekali dapat berguna, melalui penjabaran dan interpretasi, untuk menjawab persoalan-persoalan di atas.

Undang-Undang No. 1 Tahun 1985 pasal 20 ayat 1a menyatakan bahwa dalam kampanye Pemilu dilarang mempersoalkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Tema kampanye Pemilu adalah program tiap organisasi peserta Pemilu yang berhubungan dengan pembangunan nasional sebagai pengamalan Pancasila. Ketentuan seperti ini mengandung maksud bahwa titik berat kampanye harus ditujukan pada program kerja organisasi peserta Pemilu. Bukan pada orientasi ideologis. Bukan pula pada orientasi "machtvorming." Dengan kata lain, soal-soal ideologis hendak dihilangkan, sebab menurut perkiraan, soal inilah yang menyebabkan kampanye-kampanye terdahulu meminta korban nyawa manusia.

Bila ketentuan tersebut dipatuhi, masalah yang timbul adalah bagaimana program partai yang bertemakan pembangunan nasional sebagai pengamalan

Pancasila itu dijabarkan ataupun dikomunikasikan kepada rakyat. Kiranya, hal itu menuntut terpenuhinya tingkat kualitas tertentu dari masing-masing kekuatan sosial-politik peserta Pemilu. Kualitas itu akan melingkupi baik dalam pembuatan dan penyusunan program maupun dalam penjabaran dan penjelasannya. Yang menjadi penting adalah penjabaran dan penjelasan program yang hendak disebarluaskan kepada rakyat. Kepentingannya adalah agar masyarakat mengerti dan memahami sejelas-jelasnya tentang perkaitan antara program masing-masing kekuatan sosial-politik peserta Pemilu dengan kebutuhan, kepentingan maupun masa depan rakyat. Program partai pada dasarnya ditujukan untuk memenuhi kepentingan umum dan untuk kesejahteraan rakyat, bangsa dan negara; bukan untuk kepentingan dan kesejahteraan partai dan anggota-anggotanya.

Demikian pula, UU No. 3 Tahun 1985, pasal 3a mengatakan, partai politik dan Golongan Karya memperjuangkan tercapainya tujuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 3 melalui program-programnya dengan jiwa/semangat kekeluargaan, musyawarah dan gotong-royong. Ini mengandung arti bahwa Parpol dan Golkar harus mampu mengkomunikasikan program kerja mereka kepada rakyat. Oleh karena tingkat kemampuan pemahaman rakyat berbedabeda maka dalam menyebarkan program, organisasi kekuatan sosial-politik harus dapat secara luwes menyesuaikan diri dengan tingkat pemahaman rakyat maupun lingkungan masyarakat. Hal ini menuntut adanya suatu kemampuan anggota-anggota partai dalam hal penyesuaian diri. Sebab, bagaimanapun juga penjelasan dan penjabaran program tidak dapat disampaikan hanya dengan beberapa kalimat saja.

Tuntutan akan adanya kualitas tertentu bagi anggota partai tampaknya juga dipersyaratkan oleh UU No. 3 Tahun 1985, pasal 8. Pasal ini mempersyaratkan bahwa minimal (calon) anggota harus mampu membaca dan menulis, yang akan diketahui melalui penelitian ataupun penyaringan oleh pengurus partai. Ini berarti bahwa penerimaan keanggotaan partai kurang layak dilakukan secara massal melainkan melalui cara-cara yang lebih personal agar dapat diketahui tingkat kemampuan seorang calon anggota.

Ketentuan-ketentuan tersebut di atas pada dasarnya mengisyaratkan, khususnya kepada partai politik dan Golongan Karya, pada adanya tuntutan peningkatan kualitas baik materi, isi maupun pelaksana organisasi kekuatan sosial-politik itu. Jika isyarat ini dapat ditangkap dan dipahami secara benar, maka dalam menghadapi Pemilu mendatang tampaknya memang harus ada perubahan-perubahan mendasar dalam cara dan model proses Pemilu, meskipun sistem pemilihannya tetap (sistem perwakilan). Paling tidak hal semacam itu akan mengurangi frekuensi dan intensitas cara dan model kampanye yang menonjolkan segi-segi "show of force," yang tentu saja bersifat

massal, dari masing-masing peserta Pemilu. Karena bersifat massif maka cara seperti ini mengabaikan tekanan kualitas, padahal kampanye dengan "program oriented" menuntut ditonjolkannya segi-segi kualitas partai.

Setidak-tidaknya ada tiga hal yang secara tersurat dapat dijabarkan dari peraturan-peraturan tersebut, yaitu adanya tuntutan untuk meningkatkan kualitas kekuatan sosial-politik peserta Pemilu, adanya tuntutan untuk setiap kekuatan sosial-politik berorientasi pada program dan adanya tuntutan bahwa perjuangan kekuatan sosial-politik tidak lain adalah untuk kepentingan umum, meningkatkan kesejahteraan rakyat serta memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa. Masalahnya lalu, bagaimana pokok-pokok ini dijabarkan menjadi pola dan cara penyelenggaraan kampanye, termasuk Pemilu.

BERWAWASAN KEBANGSAAN YANG BERKEBUDAYAAN

Pada model dan cara kampanye yang bersifat massif, tentu "show of force," cenderung ke arah emosional-konfrontatif. Penekanan tertuju pada emosi massa yang biasanya menonjolkan usaha-usaha mengeksploitasi dan memanipulasi hal-hal tertentu hingga menyebabkan berkembangnya rasa curiga dan bermusuhan. Kampanye semacam ini mengakibatkan juga adanya pemilih yang ikut hanya karena banyak orang yang ikut. Sedikit sekali informasi tentang materi (program) kampanye dapat disampaikan kepada masyarakat, bahkan praktis tidak memberikan informasi apa-apa. Pendidikan politik tidak terwujudkan.

Jika kampanye (Pemilu) dilihat sebagai salah satu sarana demokrasi dan tujuan program kekuatan sosial politik adalah untuk memenuhi kepentingan umum, maka sebenarnya subjek dari Pemilu adalah rakyat. Karena itu rakyat menjadi faktor yang sangat menentukan dalam pemilihan umum, sehingga apa pun alasannya rakyat sangat memerlukan informasi yang sebanyak-banyaknya tentang program-program kekuatan sosial politik. Kesempatan yang disediakan, bagi kekuatan sosial politik peserta Pemilu untuk memberikan informasi itu tersedia pada masa kampanye. Secara demikian dapat dikatakan bahwa sebenarnya kampanye merupakan proses komunikasi yang dilakukan oleh si pemberi informasi (peserta Pemilu) dan si penerima informasi (rakyat).

Dalam memberikan informasi, yang lebih bersifat menawarkan daripada memaksa, kekuatan sosial politik peserta Pemilu tampaknya memang harus saling bersaing untuk meyakinkan bahwa materi (barang) yang ditawarkan itu adalah yang terbaik bagi rakyat. Persaingan itu harus dilakukan secara sehat dan sportif. Artinya, usaha-usaha bersaing itu harus dijauhkan dari upaya

agitasi, manipulasi dan eksploitasi atas hal-hal tertentu yang spesifik yang dapat memunculkan tekanan-tekanan perasaan yang sifatnya konfliktif. Sebab, pada dasarnya kampanye semacam ini memberikan kebebasan sepenuhnya, tanpa paksaan dan semacamnya, kepada rakyat untuk menilai dan kemudian menerima materi yang ditawarkan itu. Karena itulah rakyat menjadi faktor, meskipun bukan satu-satunya, yang sangat menentukan keberhasilan atau kegagalan Pemilu itu secara umum dan kekuatan sosial politik peserta Pemilu pada khususnya.

Sebagai konsekuensi dari titik berat "orientasi program" pada masing-masing kekuatan sosial politik, kampanye mendatang akan sangat erat terkait dengan "gagasan." Gagasan itu tentunya terpusatkan pada serangkaian pemikiran tentang cara-cara pembangunan nasional ini diselenggarakan. Dalam hal ini, kiranya akan terlihat kekhususan masing-masing kekuatan sosial politik dalam mengupayakan terlaksananya cara-cara tersebut. Karena yang ditawarkan lebih banyak menyangkut soal-soal "pemikiran," maka rakyat pun tampaknya juga diharuskan untuk menggunakan "sarana berpikirkannya" untuk dapat memberikan penilaian atas gagasan-gagasan yang ditawarkan itu. Dengan begitu, kampanye Pemilu 1987 nanti kiranya akan cenderung ke arah sifat rasional-persuasif, yaitu pengkampanye dalam usaha mencari dukungan rakyat dan dalam memberikan dukungannya didasarkan atas pengembangan-pengembangan pemikiran. Bila syarat-syarat kualitas dari kekuatan sosial politik peserta Pemilu dan juga rakyat dapat secara minimal terpenuhi, tampaknya kampanye politik seperti ini dapat dilaksanakan, meski tidak sempurna benar. Setidak-tidaknya, dengan menekankan pada aspek "pertukaran pemikiran" pada akhirnya (diharapkan) pemilih akan menentukan pilihannya berdasar pada pertimbangan kesadaran yang dalam sebab mereka mengerti betul mengapa harus memilih dan apa yang harus dipilih.

Apakah dengan demikian, kampanye Pemilu nanti harus meninggalkan sifatnya yang massif dalam arti pengerahan massa secara besar-besaran? Mungkin jawabnya adalah "tidak." Bagaimanapun juga kedua cara dan model seperti itu tetap diperlukan untuk proses pendidikan politik bangsa, namun dengan mengubah konsep pemikiran dasarnya, yakni bahwa berkampanye (berpolitik) secara demokratis bukanlah bertujuan untuk "menguasai" rakyat sehingga rakyat menjadi "penurut," melainkan bertujuan untuk "menawarkan jasa" kepada rakyat tentang bagaimana usaha-usaha mencapai cita-cita bangsa dan negara ini dilaksanakan.

Jika dilihat secara lebih luas, pada dasarnya kampanye dengan cara mengerahkan massa bertujuan untuk memperlihatkan kepada para simpatisan dan rakyat luas bahwa kekuatan sosial politik itu benar-benar ada dan kuat. Segi positifnya massa (rakyat) benar-benar disentuh oleh kegiatan politik dan

berada secara aktif dalam proses partisipasi (spontan) politik. Dengan cara ini, sosialisasi politik (sebagian) terjadi secara serentak dan bisa intensif menyetuh rakyat. Namun, bila tidak terkendali dapat menimbulkan benturan-benturan konflikatif yang hebat, dan sebenarnya yang tampak dalam kampanye semacam ini adalah sebagian kecil saja dari suatu kehidupan politik yang maha luas. Bagi pendidikan politik, pengalaman terlibat dalam kegiatan politik, betapapun kecilnya, dapat menumbuhkan kesadaran (awal) tentang politik, yang merupakan bekal bagi seseorang untuk mengerti dan memahami kehidupan politik. Proses pemahaman seperti ini akan semakin meluas cakupannya jika kepada rakyat juga diperkenalkan kegiatan-kegiatan politik yang lain yang lebih banyak menggunakan sarana-sarana berpikir, sebab berpolitik adalah kegiatan berpikir yang merupakan sebagian besar dari kehidupan politik yang maha luas itu.

Manifestasi dari berpolitik sebagai kegiatan berpikir akan terlihat dalam kampanye yang komunikatif (ada dialog secara timbal balik). Dalam batasan-batasan tertentu kampanye bersifat terbatas. Pada kampanye semacam ini, selain rakyat terlibat dalam suatu proses politik, juga tersedia kesempatan baginya untuk berargumentasi ataupun mengemukakan pendapat. Secara langsung kegiatan berpolitik semacam ini akan mendorong adanya peningkatan kualitas kesadaran politik rakyat secara keseluruhan. Kampanye ini memang membutuhkan kepekaan tertentu dari pengkampanye terutama dalam menyesuaikan isi informasi dan cara penyampaiannya dengan lingkungan khalayak yang dihadapi. Keuntungan yang diperoleh dengan cara semacam ini adalah tujuan menjadi lebih terarah dan pengkampanye pun bisa memperoleh umpan balik yang sebenarnya. Selain itu, pada kampanye semacam ini yang menjadi diperlukan adalah aspek kualitatif partisipasi rakyat.

Kampanye dengan penekanan aspek kualitatif ini selain akan menghindarkan usaha-usaha agitasi, eksploitasi dan manipulasi emosi massa, ia akan juga memberikan keuntungan yang sangat positif bagi proses pendidikan politik secara umum dan khususnya terhadap peningkatan kesadaran masyarakat akan "civic responsibility," yakni tanggung jawab kewarganegaraan mereka untuk berpartisipasi dalam setiap proses politik secara terarah dan lebih berwawasan; selain juga akan lebih meyakinkan masyarakat bahwa pemilihan umum merupakan medium untuk menyalurkan aspirasi dan kehendak mereka.

Jika kita lihat bahwa titik berat kampanye Pemilu 1987 nanti adalah pada program kekuatan sosial politik, maka dapat dikatakan kampanye itu nanti akan lebih mendekati pada model dan cara yang menekankan/menonjolkan aspek partisipasi kualitatif, sehingga menjadi lebih rasional-persuasif daripada emosional-konfrontatif. Mungkin, model dan cara kampanye semacam ini dapat disebut sebagai kampanye "berwawasan kebangsaan yang berkebudaya-

Kiranya untuk Pemilu 1987 nanti, pelaksanaan kampanye yang berwawasan kebangsaan yang berkebudayaan ini baik untuk diselenggarakan. Sebab, masyarakat Indonesia pada umumnya telah semakin maju dan semakin kritis terhadap berbagai masalah kenegaraan yang muncul. Ini berarti bahwa masyarakat kita tetap berpikir, kualitas hidup masyarakat semakin meningkat.

PENUTUP

Meningkatnya kualitas hidup masyarakat akan berarti pula meningkatnya kedewasaan dan kesadaran politiknya. Di samping masyarakat sendiri sudah jemu dengan segala akibat negatif dari kampanye-kampanye terdahulu. Pelaksanaan kampanye dengan model semacam itu dengan sendirinya selaras dengan proses pembaharuan kehidupan politik nasional secara menyeluruh. Misalnya, dalam sistem sekarang, organisasi massa telah ditinggalkan dan sebagai gantinya dianut sistem organisasi kader dan massa mengambang. Ini berarti bahwa kehidupan politik nasional menekankan diri pada upaya peningkatan mutu kehidupan politik bangsa. Dalam kaitan inilah terlihat bahwa rakyat sebenarnya menjadi subjek dalam kehidupan politik nasional. Namun, apakah kampanye Pemilu 1987 nanti akan terlaksana seperti itu, dalam pengertian tetap berada pada landasan Pancasila, dalam jalur pelaksanaan demokrasi dan bertujuan untuk memperkokoh dan memantapkan persatuan dan kesatuan bangsa, inilah suatu tugas politik yang masih harus ditunaikan.