

RETORIKA KOMUNIKASI POLITIK INDONESIA MENJELANG PILKADA

Sinyal Konflik dan Benturan Sosial Lewat Sosok

Oleh: Drs. Ilham Prisgunanto, M.Si¹

Satu hal yang perlu diwaspadai dalam menyikapi kondisi pembinaan keamanan dan penegakan hukum pada Pilkada ini adalah kemungkinan pecahnya konflik dan benturan besar di masyarakat. Hal ini dimungkinkan karena sentimen-sentimen yang dibawa oleh oknum dalam mengajukan calon kepala dan pimpinan daerah setempat. Permasalahan sosok atau profil komunikasi politik di sini sangat kental dalam upaya 'melangsir' pemberitaan lewat media massa. Sosok yang diciptakan media massa begitu leluasa digunakan untuk preseden penghakiman massa yang mungkin diagendakan dan diarahkan. Tanpa sengaja mereka-mereka yang berlingung di balik isu-isu baik sengaja atau tidak memicu berpotensi memicu sentimen-sentimen yang sebelumnya ada di masyarakat untuk didramatisir.

Fenomena apa yang muncul pada retorika komunikasi politik bangsa Indonesia pasca Pemilu tahun 2004 dan akan digelar Pilkada? Apakah makin baik atau buruk? Sekelumit pertanyaan tersebut akan berimbas langsung kepada kemajuan dan perkembangan dunia politik bangsa Indonesia dalam beberapa dekade ke depan. Apakah akan semakin menunjukkan kehidupan dan pendidikan berpolitik bangsa Indonesia sudah memadai, atau malah semakin merosot dalam hal

penegakan demokratisasi dalam sistem pemerintahan dan kekuasaan?

Melihat rentetan kejadian dalam agenda Pemilu 2004 yang berlangsung mulai dari tahap verifikasi parpol, kampanye politik, minggu tenang, pencoblosan dan perhitungan suara bagi para Caleg kemarin dan menjelang Pilkada. Ada satu fenomena signifikan yang menunjukkan sudah berada dimana perkembangan retorika politik bangsa Indonesia? Posisi sedemikian dengan lugas menunjukkan

¹ Penulis Pengajar Perguruan Tinggi Ilmu Kepolisian (PTIK) matakuliah Komunikasi Sosial

secara tidak langsung kadar pengertian Parpol terhadap apa arti proses demokratisasi dalam pemanipulasian komunikasi dan retorika yang mereka miliki.

Retorika dalam arti sesungguhnya adalah seni berkata-kata yang dilakukan demi untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Rakhmat, 1996). Oleh sebab itu maka sering retorika lebih diasosiasikan negatif daripada positif. Begitu kentara adanya praktek provokasi dan agitasi dalam sejarah perkembangan ilmu retorika itu sendiri semakin memperkuat bahwa praktek-praktek retorika sangat tergantung kepada posisi bagaimana si pelaku sebagai komunikator yang ingin menggunakannya.

Tradisi retorika itu sendiri untuk pertama kali dikenal pada 465 SM di Sicily kuno sejak pecah revolusi besar di Syracuse yang mengakibatkan orang-orang harus bertikai dalam perebutan hak mereka atas tanah. Guna mengatasi pertentangan atas hak milik atas tanah ini Pemerintah yang berwenang waktu itu menggelar sidang-sidang pengadilan untuk menegakkan keadilan. Bagi tiap-

tiap individu yang bertikai diharuskan untuk mampu berbicara dan berargumen di depan sidang pengadilan dengan maksud berlomba untuk mendapat kepercayaan dan membenaran dari peserta sidang. Dari sana itu muncullah tradisi retorika yang merupakan cikal bakal dari perkembangan Ilmu Komunikasi dan informasi yang pesat seperti saat ini. Retorika berkembang yang ditandai dengan menjamurnya sekolah-sekolah dan munculnya ahli-ahli dan guru-guru profesional profesional yang memiliki jam terbang yang sangat tinggi.

Bila kita menganggap retorika hanyalah sekedar kemampuan berbahasa lisan lewat pidato di depan publik, anggapan sedemikian adalah keliru. Kajian retorika pada kenyataannya lebih luas daripada hanya seni berbicara dan berkata-kata. Praktek retorika seperti; pidato, deklamasi (sajak), berbicara dua arah, penggunaan jargon-jargon, membaca mantra, bernyanyi dan pantun hingga semua yang berhubungan dengan olah kata-kata, baik dalam bentuk teks tulis, maupun lisan. Kekeliruan ini yang akhirnya 'memasung' per-

kembangan retorika dan menggiring orang untuk semakin menganggap 'remeh' retorika hanyalah sebagai seni yang berformat keahlian berbicara di muka umum seperti layaknya pidato dalam kampanye politik saja.

Dari kilasan perkembangan dunia politik Indonesia yang mengalami pasang surut, sejak jaman penjajahan, Orde lama, Orde baru yang tidak akan dibahas dalam tulisan karena memerlukan riset yang cukup panjang. Namun dalam hal ini penulis akan mencermati retorika politik bangsa Indonesia masa pasca Pemilu 2004 yang cukup menarik dan memberikan nuansa sendiri untuk disimak oleh kita semua untuk perkembangan dunia politik dan keamanan kita ke depan. Perlu diketahui bahwa pada masa Pemilu 2004 ini ada penyelewengan retorika itu sendiri dalam praktek penyampaian sistem pesan. Disadari atau tidak kondisi sedemikian akan mencerminkan menyeluruh bagaimana kehidupan masyarakat itu sendiri dalam memahami politik dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Dalam kajian retorika sendiri sebagai sebuah ilmu diketahui bahwa ada dua unsur utama yang memegang peranan dasar dalam penyampaian informasi, yakni antara pesan dan sosok. Dua unsur inilah yang bermain dominan dalam menentukan keberhasilan proses berkomunikasi manusia dengan manusia dalam upaya penerapan dan praktek retorika itu sendiri dalam kehidupan sehari-hari. Pada kenyataannya kedua unsur ini akan bisa saling tarik ulur, atau malah terintegrasi dalam rangka meningkatkan efektifitas dan efisiensi penyampaian pesan yang ada.

Mudahnya saja bila kita memantau gaya retorika kampanye, pawai terbuka, dialog politik, iklan politik maupun selebaran pamflet-pamflet Parpol hingga stiker-stiker yang ada kemarin. Hampir semua parpol memiliki kecenderungan untuk hanya mengutamakan unsur sosok daripada isi pesan yang ada dan ingin disampaikan. Penggunaan sosok Parpol itu juga lebih menggunakan *icon-icon* terselubung di masyarakat dalam upaya memobilisasi masyarakat semesta. Dalam retorika politik praktek-

praktek 'picik' ini adalah sesuatu yang sangat riskan terhadap keamanan dan cukup memalukan dalam proses meng-kerdil-kan intelektualitas dan pengetahuan politik bangsa.

Penggunaan sosok seperti; tampilnya figur yang familiar di masyarakat mulai dari raja-raja daerah lokal, para pejabat teras negara, hingga para selebritis yang *eye catching* akan membuat publik semakin melupakan sisi unsur isi pesan politik yang ada. Penggunaan figur-figur yang sudah dikenal tersebut tentu sangat mudah untuk merangsang dan menghidupkan kembali ingatan publik dalam hubungan dengan memori yang tersimpan dalam benak mereka sebagai pemirsa, pembaca dan pendengar media massa. Jadi dapat dikatakan seperti hanya menyalakan tombol 'switch on' dalam benak publik. Hebatnya lagi proses penciptaan gambaran tersebut proses kultivasi media massa dilakukan, yakni; dengan memodifikasi dan menayangkan, menampilkan dan merepresentasikan sosok tersebut secara berulang-ulang hingga publik akan semakin dengan dan intim dengan sosok

yang disodorkan media massa tersebut.

Alhasil keberhasilan program dan trik-trik dalam kampanye politik tersebut yang akan menguasai gambaran di benak tiap-tiap manusia yang terkena terpaan informasi adalah sosok orang dan *icon-icon* pribadi juga kepiawaiannya saja, bukan pada isi pesan itu sendiri. Mengapa banyak Parpol melakukan praktek-praktek sedemikian? Jawaban logis mereka tentu ingin 'mencari cara gampang saja' yang murah, meriah dan mudah dalam menciptakan citra presentasi positif mereka yang efektif dan efisien kepada publik.

Anggapan dengan cara begitu citra Parpol mereka akan tertular pada kepiawaian yang disisipkan lewat sosok yang mereka gunakan, baik pejabat, artis pemuka adat, ulama dan lain-lain. Di samping itu juga serta merta Parpol akan berupaya 'menunggangi' sosok tersebut sebagai kendaraan mereka menciptakan citra dan representasi politik di depan publik. Cara klasik yang mereka gunakan adalah dengan berusaha menjaga dan memupuk sosok itu dengan sedikit demi sedikit diselewengkan dan

dibelokkan demi kepentingan mereka dalam penciptaan imej dan gambaran baru di masyarakat.

Strategi retorika yang lebih mengajukan sosok ini memang terbukti sangat efektif bagi masyarakat Indonesia atau dunia ketiga yang masih rendah dalam penggunaan saluran komunikasi massa daripada komunikasi antar pribadi. Bagi masyarakat yang lebih mengutamakan pola komunikasi pada hubungan antar mereka dimana yang diandalkan adalah komunikasi dua arah antara manusia dengan manusia langsung secara langsung sisipan sosok ini sangat ampuh mengarahkan sikap pendengar. Hal ini karena pada prakteknya penggunaan sosok akan lebih mendominasi semua interpretasi dan asumsi terhadap pesan. Dapat dikatakan bahwa pesan yang ada akan makin tertutup dan terselimuti oleh sosok yang mengikutinya. Akibatnya si penerima akan sangat sulit dalam memahami pesan yang disampaikan oleh si pengirim.

Bisa dikatakan dalam proses komunikasi antar pribadi seperti di atas, posisi si penerima pesan sudah

terjebak dalam rekonstruksi sosok yang memang diagendakan oleh si komunikator atau pemberi pesan. Tentu saja bagi mereka pesan adalah sesuatu yang tidak penting, sosok-lah yang sangat berperan di sini. Mereka tidak mempersalahkan lagi apakah pesan itu benar, salah atau melanggar etika dan norma kehidupan sehari-hari. Di lain sisi si pengirim pesan atau komunikator yang juga adalah seorang tokoh, selebritis dan pejabat dengan mudah menciptakan jaringan keintiman komunikasi dalam upaya menyamakan nuansa komunikasi yang akan mengaktifkan transfer pesan.

Keintiman memang merupakan unsur syarat mutlak dalam komunikasi antar pribadi yang harus dijaga agar menimbulkan keakraban dan mau menerima di antara komunikator dan penerima pesan (Knapp, 1994). Sesuai teori tersebut dapat dikatakan memunculkan keintiman tidaklah harus dilakukan dengan pendekatan langsung pada tiap orang perorang atau perindividu dalam kehidupan bermasyarakat. Sesuai teori *limited effect theory* cukup lewat *opinion leader* saja. *Opinion leader* di

sini bisa para ulama, p emuka a dat, akademisi d an p ihak-pihak lain yang berpotensi menyebarkan pengaruh sosok yang ada kepada masyarakat. Biasanya *opinion leader* ini memiliki imbas yang cukup kuat dan berpengaruh di masyarakat. Karena memang masyarakat cukup mempercayai dan merasa dekat dengan mereka yang dianggap sebagai corong mereka melakukan aspirasi.

Singkatnya dapat dikatakan bahwa keberhasilan rekonstruksi 'trik-trik' penyebaran pengaruh sosok pada Pemilu 2004 di Indonesia semakin menunjukkan bahwa bangsa Indonesia masih tertinggal dalam pemahaman retorika politik mereka dalam penegakan demokrasi. Iklim Indonesia yang mengutamakan komunikasi antar pribadi daripada media massa memperlancar metode penciptaan sosok daripada pesan di maksud. Dalam hal ini representasi media massa dianggap hanyalah sebagai *reinforce* atau sarana membenaran dan penguatan dari gambaran yang ada dan sudah terbentuk lewat proses-proses yang terjadi dalam komunikasi antar pribadi sebelumnya.

Sebaliknya dari sisi pendekatan retorika politik yang lebih mengutamakan segi pesan (*message*) politik yang ada sudah tentu dilupakan dan dibuang jauh-jauh. Memang sedemikianlah konsekuensi yang ada bila penerapan sosok tidak memupuk dan menstartegikan pesan. Meski pada kenyataannya secara teori kedua unsur tersebut bisa berjalan beriringan dan saling melengkapi kekurangan yang ada. Alasan logis mengapa Parpol tidak mau menstrategikan pesan, karena diyakini bahwa strategi pesan tidaklah seperti semudah membalikkan 'telapak tangan'.

Perlu sebuah proses, perencanaan, dan waktu yang cukup panjang. Hal ini sedemikian karena memang starategi pesan yang ada berhubungan dengan penciptaan citra yang ada. Masalah dana dan waktu kampanye Parpol adalah kendala utama dalam proses percepatan sosialisasi program yang tidaklah mungkin dilakukan dalam waktu yang sangat sempit hanya dalam waktu 1 bulan. Berlomba-lomba merebut hati publik yang paling efektif memang lewat penunggangannya sosok-sosok

yang ada dan imbas negatifnya adalah pembodohan kepada masyarakat terhadap pengertian pendidikan politik itu sendiri.

Praktek tersebut sangat jelas terlihat dari begitu minimnya sarat pesan yang diajukan oleh Parpol dalam kampanye yang mereka gelar. Mulai dari program kerja utama mereka dan pengguliran misi dan tujuan politik mereka sebenarnya. Di satu sisi pamflet, selebaran, poster dan iklan-iklan politik lain hanyalah berisi janji-janji yang tidak tahu 'kemana rimba' dan pemecahannya? Masyarakat dibiarkan termenung dan menafsirkan sendiri isi pesan yang mengantung berdasarkan daya tangkap dan distorsi psikologis sosial yang mungkin melingkupi dirinya.

Contohnya saja dalam lingkup yang kecil, bagi orang yang berada di Jawa Tengah dengan Jawa Timur jelas akan berbeda dalam menafsirkan pesan politik. Mungkin bagi orang Jawa Tengah, seperti Solo, Yogyakarta, dll pesan terlalu vulgar, nyeleneh dan 'tembak langsung' adalah sesuatu yang memalukan. Bagi mereka yang bagus dan sesuai dengan lingkungan

adalah model pesan politik yang implisit, terselubung dan menyindir. Berbeda dengan orang Jawa Timur yang memang lebih menyukai model-model sedemikian yang lugas dan tegas. Alhasil dari pertarungan *high context* dan *low context* dalam komunikasi budaya ini, benturan-benturan yang ada akan disikapi masyarakat yang bijaksana dengan berusaha mencari persamaan-persamaan yang ada bukan perbedaan (Rogers, 1999:90).

Konsespsi ini akan sangat sesuai dengan teori babon komunikasi antar manusia model Shannon dan Weaver yang menyebutkan bahwa manusia akan berusaha mengurangi dan menghilangkan penyimpangan (*noise-noise*) yang ada dalam mereka berkomunikasi (Littlejohn, 1999: 48). Menghilangkan *noise-noise* yang ada, biasanya dilakukan adalah dengan cara berusaha mencari persamaan-persamaan yang ada. Persamaan di sini berarti kembali hanya memandang si sosok yang diajukan oleh peserta Parpol Pemilu saja, bukan pada pesan yang memang tidak terkondisi dan teradaptasi dengan lingkungan yang ada.

Tak heran bila dari fenomena retorika sosok ini ada beberapa Parpol secara lebih terbuka, terang-terangan dan berani menampilkan tokoh-tokoh yang dianggap 'keramat' oleh bangsa Indonesia daripada program kerja. Bila program kerja itu ada, hanyalah berkisar membahas masalah nasional yang dilokalkan tidak lebih. Jadi para *voter* (pemilih) tidak bisa menggunakan program kerja sendiri untuk memilih karena tidak menyangkut kepentingan mereka. Di sini mereka kembali akan digiring pada hanya melihat sosok saja. Memilih karena wajah yang dikenal mereka bukan kepada kepentingan politik dan hak-hak mereka.

Sisi Keamanan dan Penegakan Hukum

'Pencekokan' sosok ini jelas dari sisi keamanan akan sangat mengganggu karena selain pesan, penalaran manusia juga akan diabaikan dan tergilas dalam mengambil keputusan. Sikap primordial terhadap sosok lambat laun akan membawa seseorang pada pengkultusan individu dan membenaran sikap si sosok dalam

membuat manuver politik. Gesekan, bentrokan dan konflik sosial akan muncul yang disebabkan oleh sosok biasanya membawa muatan-muatan aspek-aspek sensitif masyarakat, seperti; agama, tradisi, budaya, norma dan lain-lain.

Satu hal yang ditakutkan dan perlu diwaspadai dalam menyikapi kondisi keamanan dan penegakkan hukum dalam hubungannya dengan stabilitas negara Indonesia pasca Pemilu 2004 ini adalah kemungkinan pecahnya konflik dan benturan besar di masyarakat yang lebih disebabkan oleh aspek sentimen-sentimen yang dihembuskan' sebelumnya ke masyarakat.

Kondisi rentan ini sudah sangat jelas terlihat dengan adanya indikasi akan kembali membara dan pecahnya konflik-konflik sosial yang ada di masyarakat, seperti; Ambon yang baru-baru ini merebak. Bila tidak diantisipasi kemungkinan akan disusul oleh daerah-daerah lain yang memang berpotensi timbul konflik serupa. Bagi para aparat keamanan, seperti Polisi, Linmas, dan TNI haruslah mencermati kasus-kasus yang akan

muncul tersebut lebih dalam, dalam tataran sentimen tradisi, agama dan budaya yang ada. Karena memang isu-isu tersebutlah yang digulirkan dan *dijadikan point* provokasi yang ada.

Perlu diketahui bahwa posisi polisi saat ini cukup terdesak dengan adanya pemberitaan-pemberitaan yang buruk lewat representasi tayangan televisi, penyiaran radio bahkan tampilan di media cetak. Penghakiman terhadap polisi sebagai aparat seperti mulai dilancarkan lagi dalam upaya semakin 'membunuh' dan mendiskreditkan sosok polisi di tengah-tengah masyarakat. Hal inilah yang perlu diperhasa dan diakui masyarakat ini akan dengan leluasa menggunakan massa sebagai 'senjata tak bertuan' untuk kepentingannya pribadi. Gerakan massa dapat digunakan sebagai preseden penghakiman massa yang memang diarahkan dan diagenda-kan. Mereka bisa saja berlindung pada kelompok. Karena pada kenyataannya masalah sosok yang bisa dimainkan oleh oknum ini tidak boleh diabaikan oleh polisi dalam mengambil tindakan demi

menegakkan hukum dan keadilan. Polisi yang berorientasi pada pemahaman budaya lokal dan memiliki adaptasi yang tinggi dengan lingkungan tentu akan sangat diuji dalam penerapan polisi sipil yang digembar-gemborkan lewat beberapa literature Polri yang menyebutkan sebagai salah satu bentuk nyata dari sosialisasi kampanye program reformasi Polri.

Menciptakan komunitas Polri dalam upaya melek masyarakat kepada kinerja Polri sesungguhnya adalah yang diharapkan dalam perencanaan program Polri ke depan. Hal ini diajukan oleh penulis mengingat begitu sedikit khalayak mendapatkan informasi sesungguhnya tentang program Polri. Kebanyakan mereka mendapatkan informasi keberadaan Polri hanya melalui media massa. Dalam hal ini diakui bahwa media massa sangat memiliki keterbatasan dalam melangsir sebuah berita atau program kerja suatu institusi. Distorsi dimaksud bisa dalam hal internal keredaksian media massa itu atau eksternal dalam penciptaan bagaimana pers memahami Polri itu sendiri.

Seringkali yang terjadi adalah kesalahpahaman persepsi pers, bukan karena kesalahan kinerja entah itu Polri atau pers itu sendiri. Namun lantaran kepada situasi dan kondisi yang tidak mendukung. Memang harus diakui bahwa Polri yang seharusnya mengkondisikan agar tidak terjadi kesalahpahaman karena situasi yang tidak mendukung. Pola yang harus dilakukan Polri dalam hal ini adalah upaya mencari persamaan persepsi antar semua pihak dengan cara menghidupkan pembinaan dan kemitraan pers dengan Polri. Pembinaan ini dalam kajian *Public relation* dikenal dengan istilah *media relation*. Dengan demikian maka kesalahan interpretasi dan pemahaman pers terhadap Polri dapat diminimalisir dan mampu menginformasikan sudah ada berada dimana Polri saat ini. Sehingga tidak akan terjadi lagi kesimpangsiuran informasi antara Polri, pers dan masyarakat seperti yang ada seperti sekarang ini.

Sebenarnya tujuan sederhana tulisan ini bukan untuk menghujat ataupun klaim suatu sikap pembenaran, namun lebih kepada

sebagai acuan bahan perenungan bagi kita semua rakyat Indonesia, Polri dan semua yang merasa berkepentingan dengan Pemilu. Akan dibawa kemanakah dunia politik Indonesia dengan model retorika politik yang lebih mengutamakan sosok sedemikian? Pembodohan rakyat akan terus terjadi karena 'dicekoki' oleh sosok yang seharusnya tidak perlu ada.

Diharapkan bagi peserta Pemilu Pemilihan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden mendarang praktek dan 'kebodohan' dalam kajian tataran retorika politik tidaklah terulang kembali. Bila hal ini kembali terjadi lagi, maka dapat dikatakan bahwa kemajuan dunia politik Indonesia mandek, bukannya malah dapat dikatakan mengalami kemunduran untuk beberapa dekade ke belakang. Di samping itu bagi kita semua haruslah waspada dengan imbas sentimen-sentimen yang akan dibawa dan dihembuskan oleh para sosok yang akan menjadi calon yang dipertaruhkan dalam Pemilu 2004. Hal ini penulis sebutkan karena dalam prakteknya isu-isu yang dibawa sangat rentan dengan

praktek memecahbelah bangsa dan negara. Pola provokasi dan agitasi yang sangat melekat dan akrab pada mereka dan diterima oleh masyarakat adalah 'momok' yang perlu diwaspadai. Jangan sampai

rakyat dijadikan mereka sebagai senjata tak bertuan yang malah mendiskreditkan kerja aparat dalam melakukan tugas ketertiban dan keamanan.

Daftar Pustaka

- Knapp, Mark. L (eds.) (1994). *Handbook of interpersonal communication*. 2nd.ed. London: Sage Publication.
- Kristiadi, J. (et.al) (eds.) (2001). *Bunga rampai Polri Mandiri: Menengok ke belakang menatap masa depan*. Jakarta: Panitia Workshop Wartawan Polri.
- Littlejohn, Stephen (1999). *Theories of Human Communication*. 6th.ed. Belmont, CA: Wadsworth.
- Rakhmat, Jalaluddin (1996). *Retorika modern: pendekatan praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Roderick P Hart and Don M.Burk (1972). Rhetorical Sensitivity and Social Interaction, "*speech monograph* 39 (1972): 75-91;
- Roderick P. Hart, Robert E. Carlson and William F Eadi. Attitudes toward communication and assessment of rhetorical sensivity, "Communication and the assesment of rhetorical," *Communication monographs* 47 (1980): 1-22 see also Steven A. Ward, Dale L. Bluman, and Arthur Dauria, "Rhetorical Sensivity Recast," *Communication Quarterly* 30 (1982).
- Rogers, Everett & Thomas M. Steinfatt (1999). *Intercultural communication*. Illinois: Waveland
- Prisgunanto, Ilham. *Retorika dan Sistem Pesan*. Modul Kuliah Retorika dan Sistem Pesan (STAIMI, 2002)
