

Humala B. Siahaan¹⁾

ABSTRACT

Indonesia held its last general election on Mei 29, 1997. Before the election day, new model of campaign which gives more chances for dialogues and debates has been introduced. Hopefully, on one side this campaign aims to measure the aspirations of the people, can to encourage the people to express their will on the other side. Anyway, there remain some problems in its practices.

PENDAHULUAN

★ Tanggal 29 Mei 1997 merupakan hari yang sangat penting bagi bangsa Indonesia, karena pada saat itu dilakukannya kegiatan pemungutan suara yang merupakan bagian dari 12 rangkaian kegiatan Pemilu. Pada hari itu rakyat yang telah mempunyai hak pilih datang ke tempat pemungutan suara (TPS) untuk menggunakan hak politiknya. Mereka menentukan pilihan sesuai dengan hati nuraninya. Tak ada seorangpun yang boleh mempengaruhi pilihan yang akan diambil oleh setiap warga negara. Undang-undang menjamin pilihan dilakukan secara langsung, umum, bebas dan rahasia.

Kebebasan dalam menentukan pilihan merupakan esensi demokrasi yang didasarkan pada prinsip bahwa setiap orang mempunyai kedudukan, hak dan kewajiban yang sama didepan hukum dan pemerintahan. Setiap orang mempunyai hak untuk memberikan penilaian terhadap penyelenggaraan kehidupan kenegaraan, terhadap program yang ditawarkan maupun harapan-harapan yang dijanjikan. Setiap orang dalam alam demokrasi bebas menentukan pilihan politik yang akan diambilnya. Seseorang tidak boleh dipaksa melakukan pilihan yang bertentangan dengan suara hatinya.

Virginia Held, membedakan kebebasan menjadi kebebasan negatif dan positif. Kebebasan negatif ialah kebebasan dari campur tangan,

¹⁾ Penulis adalah Asisten Peneliti Muda pada Pusat Pengkajian dan Pelayanan Informasi Setjen DPR-RI

²⁾ Virginia Held, Etika Moral, Jakarta, Erlangga, 1991

dari paksaan, hambatan dari kekangan. Sebaliknya kebebasan positif adalah bebas untuk melakukan berbagai hal. Hal ini dikemukakan lebih lanjut bahwa kita bebas dalam pengertian positif, jika kita dibimbing oleh rasio, bukan oleh nafsu, yaitu bebas melakukan apa yang perlu kita lakukan. Tentunya kebebasan yang dimiliki oleh setiap orang harus dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab dalam rangka memperkuat sistem demokrasi.

Pemungutan suara pada dasarnya adalah mekanisme demokrasi untuk mengetahui dinamika politik dalam masyarakat dan aspirasi yang berkembang pada suatu masa tertentu. Melalui pemungutan suara kehendak rakyat dinyatakan secara konkret dengan pencoblosan salah satu tanda gambar yang terdapat dalam surat suara. Artinya rakyat secara demokratis berperan untuk membentuk sistem kekuasaan negara yang berkedaulatan rakyat. Sebab berdasarkan hasil pemungutan suara itulah ditentukan susunan personalia keanggotaan DPR dan MPR. Selanjutnya MPR akan menetapkan Garis-garis Besar Haluan Negara, memilih Presiden dan Wakil Presiden untuk masa jabatan 5 tahun berikutnya.

PEMILU DAN PARTISIPASI

Sampai saat ini kita masih menganut sistem perwakilan yang merupakan cara terbaik untuk membentuk *Representative Government*. Jadi, kekuasaan terjelma atau tidak dilaksanakan oleh sekelompok orang sebagai manifestasi rakyat. Penunjukan wakil yang akan menjalankan kekuatan dilaksanakan melalui pemilu. Dengan demikian pemilu sebenarnya bukan titik final keberhasilan dari demokrasi. Justru pemilu merupakan sarana dan cara berdemokrasi. Jadi pada dasarnya pemilu hanya salah satu bentuk partisipasi dalam proses politik. Dengan demikian demokrasi merupakan resultante dari partisipasi. Sebab dinamika demokrasi sangat ditentukan oleh bagaimana corak partisipasi tidak hanya bisa dilakukan melalui pemilu. Ukuran terpenting dari proses demokratisasi adalah sejauh mana masyarakat memiliki keterlibatan dalam proses pengambilan keputusan, seberapa jauh mereka mampu melakukan tawar-menawar dan agregasi, serta efektivitas masyarakat dalam melakukan kegiatan yang menjadi pengawas dan pengimbang terhadap kekuatan pemerintah.

Kalau dilihat keberhasilan pemilu tidak dapat diukur dengan jumlah pemilih secara kuantitatif, tetapi harus terlihat dari sejauh mana pemilu mampu memberikan peluang secara fungsional kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam menentukan kebijakan negara, sejauh mana pemilu mampu melahirkan pemimpin yang memiliki kekuatan secara

moral maupun kultural untuk menggunakan struktur yang ada secara baik dan benar, yakni untuk membela kepentingan masyarakat secara keseluruhan.

Karena itu, kalau pemilu berhasil menciptakan kondisi politik yang sehat, dinamis dan dialogis maka dia memiliki peran efektif dalam demokratisasi. Sebaliknya jika pemilu hanya dijadikan legitimasi untuk mempolitisasi partai demi tujuan dan kepentingan golongan tertentu, berarti pemilu tidak pernah memiliki arti apa pun bagi kehidupan demokratisasi suatu bangsa, kendati pemilu tersebut diikuti oleh mayoritas rakyat. Sebab pemilu yang demikian hanya akan melahirkan elit-elit baru dikalangan wakil-wakil rakyat dan pemerintah, pemilu hanya akan menjadi seremoni demokrasi.

KAMPANYE PEMILU

Kampanye sebagai bagian dari bentuk komunikasi antara OPP dan masyarakat bertujuan untuk menciptakan persepsi yang sama antara pihak yang berkampanye dengan masyarakat sebagai pihak sasaran kampanye. Wujud dasar kegiatan kampanye itu sendiri adalah proses pentransferan pesan politik. Pesan yang berasal dari pihak OPP selaku komunikator ditransferkan ke masyarakat sebagai khalayak sasaran komunikasi. Sasaran akhir kampanye adalah agar masyarakat memiliki kesediaan untuk memilih OPP yang bersangkutan. Ironinya, untuk menciptakan adanya pengertian yang sama antara pihak penyampai pesan (OPP) dengan khalayak sasaran bukanlah tindakan yang mudah dicapai. Bahkan dalam keadaan tertentu, proses transfer pesan yang tidak ideal dapat menimbulkan penolakan (*rejection*) dari penerima pesan.

Dalam kegiatan jual beli, kampanye menyediakan pesan-pesan politik sebagai barang yang ditawarkan. Agar dagangannya diminati, OPP sebagai penjual berupaya keras memikat hati calon pembeli. Kampanye selalu mengacu pada hukum transaksional. Pengertian ini merujuk pada suatu kondisi bahwa keberhasilan komunikasi tak hanya ditentukan oleh salah satu pihak, namun oleh kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi itu. Ini berarti kampanye akan berhasil bilamana kedua pihak, baik komunikator maupun khalayak memiliki kesepakatan-kesepakatan tentang pesan yang disampaikan. Oleh karenanya bisa dipahami bahwa kegiatan kampanye tidak selalu mampu mewujudkan pengertian yang sama, atau bahkan jauh dari terwujudnya tuntutan masyarakat untuk melaksanakan anjuran suatu OPP. Malahan bisa jadi kampanye itu tidak melahirkan simpati, namun sebaliknya penolakan atau antipati karena terdapatnya keberbedaan kepentingan.

Masyarakat bukanlah sesuatu yang pasif dan begitu saja menelan mentah-mentah pesan yang disampaikan. Dengan demikian kampanye sebagai proses komunikasi sebetulnya tidak secara otomatis mampu mempengaruhi khalayak penerima pesan. Andaiapun memiliki pengaruh, maka kemungkinan besar pengaruhnya relatif kecil sekali.²⁾

SISI NEGATIF KAMPANYE

Kendati kampanye sebenarnya diharapkan untuk dapat disampaikan dengan cara-cara yang bersifat mendidik, meningkatkan kesadaran politik rakyat, menggairahkan pembangunan nasional serta memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa sebagaimana diisyaratkan dalam Kepres No 99 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kampanye Pemilu, namun di dalam pelaksanaannya masih jauh panggang dari api. Kampanye, khususnya bagi massa vis a vis elit politik, justru lebih banyak dijadikan sebagai saluran untuk mengekspresikan segala kejeنگkelan dan mungkin juga rasa frustrasi yang terpendam sebelumnya.

Dengan demikian tujuan ideal menjadikan kampanye sebagai upaya mempengaruhi calon pemilih dalam rangka memperoleh suara sebanyak-banyaknya dalam pemilihan umum anggota DPR, DPRD I dan DPRD II dengan menjunjung tinggi harkat dan martabat bangsa yang berbudaya sesuai moral dan etika politik yang bersumber pada nilai-nilai Pancasila tetap tinggal menjadi impian. Dalam kenyataannya, kampanye kerap kali dijadikan sebagai ajang bagi perilaku brutal dan anarki. Kampanye pemilu, dengan demikian lebih dekat dengan keributan, kerusuhan dan bahkan sampai menelan korban jiwa. Kerusuhan kampanye yang timbul di Yogyakarta, Jakarta dan juga Banjarmasin dan terakhir di Sampang Madura, hanya merupakan sebagian dari contoh-contohnya.³⁾

Apabila diprosentasekan, perilaku masa kampanye yang betul-betul berurusan dengan politik adalah 70%, ledakan dari masalah sosial sekitar 25%, dan sekitar 1% memang kriminal murni-disini para penjahat mempergunakan kesempatan kampanye untuk beraksi. Sisanya sekitar 4% menganggap masa kampanye adalah hiburan atau unsur entertainment.⁴⁾

Format dan pola kampanye Pemilu yang cocok diharapkan dapat mencapai sasaran. Hal ini harus diukur dan ditinjau dari tujuan kampanye.

²⁾ Gabriel Almond & Sidney Verba, *The Civic Culture*, Jakarta, Dina Aksara, 1983.

³⁾ M. Ryaas Rasyid, "Analisis Kerusuhan Kampanye", Kompas, 5 Juni 1997.

⁴⁾ Sucipto Rahardjo, "Tentang Kampanye", Media Indonesia, 28 Mei 1997.

Kalau kampanye pemilu dimaksudkan untuk menawarkan program OPP dan sebagai ajang pendidikan politik bagi masyarakat, maka format dan pola kampanye seyogianya disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai.

Sebagai alternatif solusi yang dapat dilaksanakan untuk mendekati format dan pola kampanye pemilu yang mencerminkan keterbukaan politik antara lain adalah melalui kampanye dialogis dan kampanye monologis. Kedua format kampanye tersebut telah diimplementasikan di dalam pelaksanaan pemilu April 1997 lalu.

KAMPANYE DIALOGIS

Untuk pertama kalinya dalam sejarah Pemilu Orde Baru, konsep kampanye dialogis dicoba diperkenalkan dan dipraktekkan dalam Pemilu 1997. Pemerintah yang mengintrodusir ide kampanye dialogis berharap bahwa kampanye bisa menjadi media pendidikan politik masyarakat, sehingga para pemilih dapat menentukan pilihan mereka secara rasional berdasarkan program yang ditawarkan oleh ketiga OPP.

Sebagai ide, kampanye dialogis tentu merupakan gagasan yang baik dalam rangka transformasi budaya politik, dari yang sifatnya emosional konfrontatif menjadi rasional persuasif. Namun demikian, dibalik ide yang baik itu memiliki beberapa kendala yang cenderung menisbikan kemungkinan berlangsungnya dialog secara substansial dalam kampanye pemilu di bawah Orde Baru.

Dalam kampanye dialogis sebenarnya yang didiskusikan adalah program parpol bersangkutan. Jurkam menjelaskan, sedangkan para hadirin bertanya, menambahkan atau bahkan menyangkal keterangan jurkam. Adanya arus dua arah seperti ini merupakan perbedaan antara kampanye dialog dengan kampanye dalam bentuk pidato atau monolog dalam rapat akbar yang amat populer sebelum ini.

Kampanye atas dasar program membutuhkan tingkat pemahaman dan jenjang pendidikan yang agak tinggi, karena para pemilih diharuskan memahami program yang disajikan oleh ketiga OPP. Hal ini berbeda dengan kampanye atas dasar ideologis. Bila kampanye atas dasar program memerlukan tingkat penalaran yang agak tinggi, kampanye bersifat pengerahan massa lebih banyak didasarkan atas manipulasi emosional dan sentimen, tingkat pendidikan yang agak tinggi tidak diperlukan di sini.

Hambatan terhadap kampanye atas program justru terletak pada adanya persyaratan yang cukup tinggi dalam hal pemahaman dan tingkat pendidikan para pemilih. Para pemilih akan mengalami kesulitan dalam memahami program orpol yang ditawarkan, jika mereka tidak mempunyai

pendidikan dan tingkat penalaran yang cukup.

Hambatan lain yakni kualitas program yang telah disusun. Penawaran program dapat menjadi membosankan bila isu-isu yang dibahas tidak menarik dan tidak berkaitan secara langsung dengan kepentingan dan minat para pemilih. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan kemampuan dari pimpinan orpol untuk menyusun program dengan kualitas tertentu.

Ada dua hal penting yang harus diperhatikan agar program Orsospol dapat mencapai sasaran yang diinginkan. Pertama, program yang ditawarkan haruslah menarik massa pemilih karena menyangkut kepentingan dan kebutuhan mereka. Semakin jauh lokasi daerah kampanye dengan pusat daerah urban, semakin tinggi tuntutan bagi adanya program yang langsung menyentuh kepentingan rakyat banyak. Di daerah-daerah seperti ini, program-program yang abstrak dengan konsep-konsep yang tinggi tidak akan menarik perhatian massa pemilih. Materi kampanye seperti ini, bisa saja diberikan kepada para pemilih yang bertempat tinggal di kota-kota besar atau kepada kalangan terpelajar.

Kedua, ialah kelayakan (*feasibility*) dari program-program yang ditawarkan. Program yang mempunyai kelayakan adalah program yang memang dibutuhkan rakyat dan orpol bersangkutan mempunyai kemampuan untuk melaksanakannya. Apabila kelayakan diabaikan, yang terjadi adalah munculnya janji-janji muluk, obral janji dan sejenisnya dalam kampanye.⁵⁾

Kemampuan para jurkam untuk memahami program orpolnya merupakan persyaratan pertama yang harus dipenuhi. Dalam penyampaian program tersebut, jurkam dituntut untuk dapat menjelaskan dengan sederhana namun menarik.

Kampanye dialogis, sebenarnya merupakan hasil kerja Wanhankamnas yang melibatkan OPP dan serta instansi terkait, kalangan kampus dan masyarakat. Awal September tahun lalu Presiden Soeharto memerintahkan Sekjen Wanhankamnas Soekarto menyusun konsep penyelenggaraan kampanye pemilu. Dari 12 butir pokok pikiran yang dijaring Wanhankamnas, salah satunya adalah kampanye dialogis.⁶⁾

Dalam kampanye dialogis di RRI/TVRI, dari 9 kali jatah setiap OPP, tujuh kali diisi dengan model dialog, dua yang lainnya pidato. Sebelum ada keputusan itu komposisinya 1:8, maksudnya sekali pidato, delapan kali dialog. Namun untuk memberi kesempatan ketua OPP berpidato pada saat pembukaan dan penutupan, komposisi menjadi 2:7.

⁵⁾ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik*, Jakarta, Remaja Risdikarya, 1993.

⁶⁾ Lihat lebih lanjut, PP 74 Tahun 1996, Keppres No 99 Tahun 1996, SK Mendagri No 07 Tahun 1007, SK Menpen No 12 Tahun 1997, SK Kapolri No 01 Tahun 1997 tentang Penyelenggaraan Kampanye Pemilu

Dalam menentukan pemandu acara, penelitian naskah kampanye dan pembatasan peserta, mengundang kontroversi. Namun akhirnya pemerintah merevisi SK Menpen.012/1997 yang dikeluhkan OPP. Untuk pemandu acara, misalnya OPP boleh mengajukan sendiri bahkan yang berasal dari OPP sendiri. Lantas paket naskah, jurkam dan pemandu ççacara yang diajukan ke PPI, hal ini sekaligus juga merevisi pasal 13 ayat 1 (b) SK Menpen.⁷⁾

Sebenarnya sebagai suatu hal yang baru, tentu kita masih merasa kesulitan untuk mengetahui sejauhmana kampanye dialogis ini akan lebih efektif dan efisien dibanding dengan kampanye sebelumnya. Beberapa pertanyaan akan muncul misalnya apakah kampanye dialogis benar-benar mampu menjadi sarana transformasi efektif antara kepentingan OPP dalam satu titik kesepakatan, karena bentuknya dialogis. Dialog yang dimaksud adalah bertujuan mencari jalan keluar sebagai strategi prioritas dalam kebijakan pembangunan di masa mendatang, dan penyelesaian persoalan-persoalan kemanusiaan yang kini melanda bangsa. Selain itu juga untuk mencapai target merebut massa untuk kepentingan OPP dalam perolehan suara pemilu. Cara dialog ini juga dilakukan dengan mencermati program dalam kampanye OPP tersebut, sehingga massa sampai pada sikap menentukan pilihannya. (lihat diagram)

⁷⁾ Iwan Gardono, "Kontrol Konstitusional Dalam PJP II", Kompas, 28 April 1997.

Diagram
PROGRAM-PROGRAM OPP DALAM KAMPANYE TAHUN 1997

PPP	GOLKAR	PDI
<ul style="list-style-type: none"> -Ketenagakerjaan -Perubahan Politik -Keadilan Politik, Ekonomi, Hukum -Aparatur Negara -Pembaharuan Politik -Reformasi Kebijakan Ekonomi Nasional -Peranan Wanita 	<ul style="list-style-type: none"> -Pengusaha Kecil dan Koperasi -Petani dan Nelayan -Aparatur Pemerintah Yang Bersih dan Berwibawa -Generasi Muda -Kehidupan Umat Beragama -Ketenagakerjaan -Peranan Wanita -Visi Tahun 2018 	<ul style="list-style-type: none"> -Petani dan Nelayan -Keseimbangan Legislatif dan -Dunia Kemahasiswaan -Pembangunan Manusia Indonesia Menghadapi Milenium Ketiga -Diskriminasi Wanita -Penanggulangan Kemiskinan -Ketenagakerjaan -Pembangunan Hukum -Pendidikan Nasional

Sumber : Harian Kompas 28 April sampai 23 Mei 1997

KELEMAHAN KAMPANYE DIALOGIS

Kalau dilihat ide yang melatarbelakangi kampanye dialogis cukup bagus, namun dalam pelaksanaan kampanye dialogis belum mencapai sasaran yang diharapkan. Kampanye-kampanye dialogis yang sudah dijalankan oleh ketiga OPP masih jauh dari pola kampanye dialogis yang sesungguhnya.

Pertama. Kampanye dialogis yang sudah dilakukan hanya dihadiri oleh para pendukung OPP bersangkutan. Hal ini terlihat dari warna baju dan jaket yang dikenakan oleh para hadirin yang sama dengan baju dan jaket yang dikenakan oleh para jurkam.

Ini berarti tidak ada di antara para hadirin itu para pemilih di luar anggota atau simpatisan OPP bersangkutan. Sebenarnya yang harus menghadiri kampanye dialogis adalah massa pemilih yang belum menjatuhkan pilihan terhadap salah satu orpol atau yang masih ragu-ragu dalam menjatuhkan pilihan.

Mereka inilah yang memerlukan informasi lebih banyak tentang OPP, yang akan digunakan dalam memilih salah satu OPP yang dianggap paling sesuai dengan aspirasi dan pendapat mereka. Mereka yang merupakan kader suatu OPP tidak lagi perlu hadir dalam kampanye dialogis karena mereka tidak lagi memerlukan informasi yang dapat menarik mereka untuk memilih OPP bersangkutan.

Namun situasi dilapangan menunjukkan bahwa mereka yang bukan pendukung suatu OPP tidak berani mendekat apalagi memasuki ruang kampanye dialogis, akibatnya semua yang hadir hanyalah mereka yang mempunyai pandangan yang sama dan sudah pasti memilih OPP

tersebut. Hal itu pun bila mereka sudah punya hak pilih, karena banyak di antara para peserta kampanye yang masih belum cukup umur untuk mempunyai hak pilih.⁹⁾

Kedua. Dilihat dari besarnya jumlah yang hadir, jelas bahwa dialog tidak bisa dilakukan sehingga tujuan kampanye dialogis tidak tercapai, disamping itu jurkam yang bersangkutan lebih suka berpidato yang bersifat monolog dari pada memberikan kesempatan bagi yang hadir untuk bertanya. Massa yang besar jumlahnya juga tidak tertarik untuk bertanya dan berdiskusi karena udara yang panas dan situasi yang ribut. Jadi suasana pelaksanaan kampanye dialogis tidak kondusif bagi dialog dan diskusi.

Kampanye dialogis seperti yang disiarkan oleh TVRI merupakan kampanye dialogis yang mendekati bentuk sesungguhnya. Masalahnya adalah bahwa jumlah peserta kampanye dialogis di TV terlalu sedikit sehingga tidak praktis dilakukan dalam kampanye di luar televisi. Jumlah ideal bagi kampanye dialogis adalah sekitar 30-50 orang agar tercipta kesempatan bertanya cukup banyak dengan suasana yang tidak ribut.

HASIL PEROLEHAN SUARA

Pada Pemilu 1971-1982, komposisi keanggotaan DPR, terbagi atas 360 anggota hasil pemilu, dan 100 anggota yang diangkat. Namun, sejak pemilu 1987 hingga pemilu 1992, komposisi itu berubah menjadi 400 anggota yang dipilih, dan yang diangkat tetap 100 orang, atau sekitar 20 persen. Sedangkan untuk pemilu 1997 terbagi atas 425 anggota hasil pemilu dan 75 anggota yang diangkat. (lihat Tabel 1)

Jumlah anggota yang dipilih di atas ditentukan berdasarkan hasil penghitungan suara secara keseluruhan dari jumlah pemilih yang terdaftar yang memberikan hak suaranya. Penghitungan suara dilakukan oleh Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS). Para pemilih, menurut ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku diperbolehkan hadir dan mengikuti jalannya penghitungan suara. Sudah tentu kehadiran mereka dengan sepengetahuan Ketua KPPS dan sepanjang tidak mengganggu pelaksanaan penghitungan suara di TPS yang bersangkutan. Penghitungan suara disaksikan dan diawasi oleh saksi-saksi yang dikirim untuk mewakili masing-masing organisasi kekuatan sosial politik.

Tata cara penghitungan suara sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 1985 tentang Pelaksanaan Undang-undang Pemilihan Umum sebagaimana telah dirubah dan terakhir dengan PP

⁹⁾ Ulul Albab, "Pemilu Siapa Menang Atas Siapa", Media Indonesia, 3 Juni 1997.

No. 10 Tahun 1995 menjamin bahwa proses penghitungan suara benar-benar fair dan obyektif.

Menurut ketentuan yang berlaku penghitungan suara dilakukan secara terbuka artinya di tempat yang terbuka untuk umum, diawasi dan disaksikan oleh saksi-saksi maupun pemilih yang hadir. Pembukaan surat suara dan penghitungannya harus dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat disaksikan oleh saksi-saksi dan pemilih yang hadir. Pernyataan sah atau tidak sahnya suara yang diperoleh OPP oleh Ketua KPPS, diawasi oleh saksi yang hadir.

Selanjutnya penghitungan suara dilakukan berjenjang pada tingkat PPD II, PPD I, dan PPI berdasarkan berita acara yang diterima dari tingkat lebih bawah. Bupati/ Walikota Madya/ Ketua PPD II, selambat-lambatnya 24 hari setelah tanggal pemungutan suara telah menerima berita acara penghitungan suara Daerah Pemungutan Suara dari Camat/ Ketua PPS. Gubernur Kepala Daerah Tingkat I/ Ketua PPD I selambat-lambatnya 31 hari setelah tanggal pemungutan suara sudah menerima berita acara penghitungan suara Daerah Tingkat II dari PPD II. Dan Menteri Dalam Negeri/ Ketua PPI selambat-lambatnya 38 hari setelah tanggal pemungutan suara telah menerima berita acara penghitungan suara Daerah Tingkat I dan daftar hasil penghitungan suara Daerah Tingkat I untuk pemilihan anggota DPR, dari Gubernur Kepala Daerah Tingkat I/ Ketua PPD I.⁹⁾

Memperhatikan proses penghitungan suara secara berjenjang seperti ditentukan dalam peraturan perundang-undangan tampak bahwa tingkat akurasi perhitungan suara di TPS sangat menentukan penghitungan suara pada tingkat berikutnya. Hal ini mengingat bahwa penghitungan suara pada tingkat yang lebih atas bersifat koordinatif kumulatif, mengumpulkan hasil penghitungan dari tingkat bawah berdasarkan berita acara yang disampaikan. Oleh karena itu sangatlah penting untuk menjamin bahwa penghitungan suara di TPS benar-benar dilakukan secara terbuka, cermat, mematuhi prosedur. (lihat Tabel 2)

BEBERAPA PENILAIAN

Dalam hubungan dengan kegiatan kampanye maka perlu direnungkan kembali. Pertama adalah lamanya masa kampanye, Pada masa Pemilu 1997 masa kampanye berlangsung selama 26 hari (27 April sampai dengan 23 Mei 1997). Masa kampanye ini dapat dinilai terlalu lama dengan mengingat praktek pelaksanaan kampanye justru menimbulkan kerusuhan. Barangkali untuk tidak terlalu membuka

⁹⁾ Oka Mahendra, "Tentang Penghitungan Suara", Suara Karya, 3 Juni 1997.

peluang timbulnya kerusuhan dan tindakan brutal yang berlarut-larut pada pemilu mendatang maka masa kampanye sebaiknya diadakan selama 15 hari (lima putaran) dengan asumsi jumlah OPP ada tiga (PPP, Golkar, PDI) seperti yang ada sekarang.

Dengan mempersingkat masa kampanye kita bisa berharap akan terjadi pengurangan timbulnya kerusuhan. Dalam hubungan ini perlu pula diingat, bahwa dari pengalaman yang sudah-sudah kita mengetahui kerusuhan kian memuncak ketika mendekati batas akhir masa kampanye.

Kedua. Kiranya kita perlu membentuk semacam lembaga advokasi yang dapat memberikan pelayanan pengaduan masyarakat yang merasa dirugikan akibat dari pelaksanaan kampanye dan pemilu.

Dalam era pemilu 1997 ini juga pernah muncul usulan untuk membentuk semacam lembaga advokasi. Lembaga ini dinilai penting mengingat korban kampanye (jiwa dan harta benda) yang selama ini diabaikan dan seolah dianggap sebagai suatu kebenaran dalam praktek politik kita khususnya kampanye pemilu. Meskipun kampanye bisa dilihat sebagai bagian terpenting dari tahapan-tahapan pemilu, tetap tidak setimpal kalau lantas dibiarkan terjadinya banyak korban. Benar, kalau dikatakan kampanye sekaligus adalah kesempatan eskapis, kesempatan pelegaian dari kesumpekan. Tetapi amatlah bijak, kalau pengalaman kerusuhan seolah-olah berurutan terjadi di beberapa tempat kita berikan perhatian tersendiri.

Ketiga. Karena sebagian sumber kerusuhan selama kampanye ini tidak lain adalah karena adanya arak-arakan massa (konvoi dengan sepeda motor) dan ini nampak terpaksa harus diadakan sebagian disebabkan karena terkait dengan penyelenggaraan, rapat umum (temu kader, atau apapun namanya) maka cara untuk mengurangi kerusuhan kampanye adalah mengurangi frekuensi penyelenggaraan kampanye rapat umum dengan mengoptimalkan pelaksanaan kampanye pertemuan umum yang lebih terbatas sifatnya, serta mengoptimalkan pula penggunaan media massa sebagai alat/ sarana kampanye.

Keempat. Agar supaya kampanye dialogis dapat dilakukan dengan sebaik-baiknya dan mencapai hasil sesuai dengan tujuannya, diperlukan masa transisi selama beberapa kali pemilu.

Oleh karena itu, dalam tiga pemilu yang akan datang, kita masih memerlukan kampanye campuran, yakni kampanye yang terdiri dari kampanye pola lama dan kampanye pola baru. Frekuensi kampanye pola lama perlu dikurangi secara bertahap seiring dengan penambahan frekuensi kampanye pola baru sampai kampanye pola lama itu dihapus sepenuhnya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Dan Nimmo, ***Political Communication and Public Opinion***, America, 1978.
2. Gabriel Almond & Sidney Verba, ***The Civic Culture***, Dina Aksara, 1983
3. Isaiiah Berlin, ***Etika Moral***, Virginia Held, 1989
4. Muchtar Pakpahan, ***DPR-RI Semasa Orde Baru***, Jakarta 1994
5. Miriam Budiardjo, ***Demokrasi di Indonesia***, Jakarta, Gramedia, 1994
6. Samuel Huntington, ***Tertib Politik Di Dalam Masyarakat Yang Sedang Berubah***, Jakarta CV Rajawali, 1992
7. Kompas, 1 Maret 1997
8. Kompas, 28 April 1997
9. Media Indonesia, 28 Mei 1997
10. Media Indonesia, 3 Juni 1997
11. Republika, 29 Mei 1997
12. Suara Pembaruan, 29 April 1997
13. Suara Karya, 3 Juni 1997

BHAKTI - DHARMA - WASPADA



Tabel 2
HASIL PERHITUNGAN SUARA PEMILU 1997

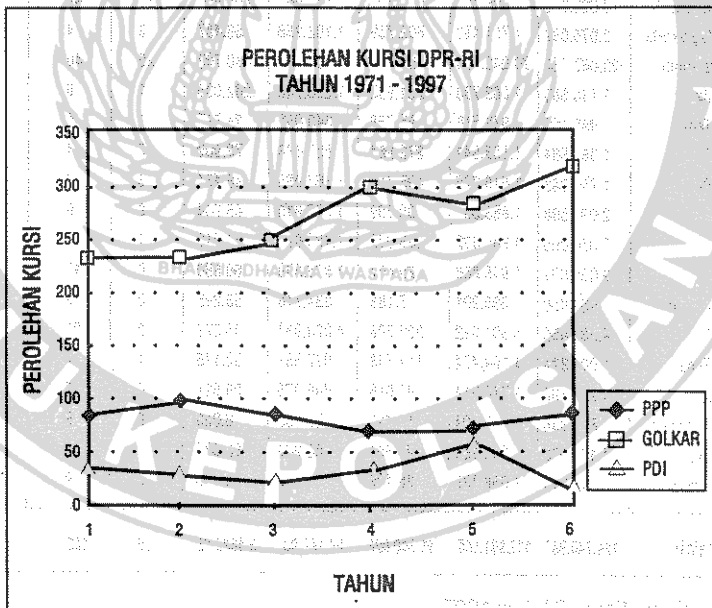
No	Daerah Pemilihan	Jumlah Pemilih	Jumlah Suara Masuk	Perolehan Suara			Perolehan Kursi		
				PPP	GOLKAR	PDI	PPP	GOLKAR	PDI
1.	DI Aceh	2.204.994	2.099.174	668.802	1.360.379	69.993	3	7	0
2.	Sumatra Utara	6.134.414	5.787.469	742.958	4.648.928	395.583	3	18	2
3.	Sumatra Barat	2.510.659	2.429.792	188.168	2.214.666	26.958	1	13	0
4.	Riau	2.466.644	2.273.222	313.013	1.879.977	80.232	1	7	0
5.	Jambi	1.350.964	1.304.943	76.964	1.208.090	19.889	0	6	0
6.	Sum Sel	4.147.941	3.955.087	446.792	3.361.164	147.131	2	12	0
7.	Bengkulu	805.500	788.387	30.344	747.140	10.903	0	4	0
8.	Lampung	3.783.739	3.674.349	177.244	3.424.949	72.156	1	10	0
9.	DKI Jakarta	7.453.416	6.812.852	2.239.418	4.451.503	121.931	6	12	0
10.	Jawa Barat	25.438.360	23.100.233	6.003.471	16.709.824	386.938	18	49	1
11.	Jawa Tengah	19.695.072	17.099.787	4.961.280	11.671.667	466.840	17	40	2
12.	DI Yogyakarta	2.075.097	1.761.482	602.739	1.102.256	56.487	3	4	0
13.	Jawa Timur	23.067.742	20.042.196	6.791.399	12.620.089	630.708	22	40	2
14.	Kal Bar	2.110.689	1.862.733	281.992	1.298.746	282.035	1	6	1
15.	Kal Teng	998.156	973.518	95.736	843.065	34.717	1	5	0
16.	Kal Tim	1.382.584	1.153.541	272.961	807.678	72.902	2	4	0
17.	Kal Sel	1.790.343	1.616.275	405.719	1.164.085	46.471	3	7	0
18.	Bali	2.086.598	1.853.633	60.799	1.727.810	65.044	0	9	0
19.	NTB	2.086.005	1.840.632	268.022	1.484.697	87.913	1	7	0
20.	NTT	2.039.691	1.966.886	29.667	1.876.339	69.880	0	12	1
21.	Timor Timur	455.950	395.201	7.188	334.718	53.295	0	3	1
22.	Sul Sel	4.585.485	4.391.622	322.308	4.023.937	45.377	2	21	0
23.	Sul Teng	1.004.874	1.104.474	114.748	937.551	52.175	1	4	0
24.	Sulut	1.735.698	1.718.614	42.018	1.648.075	28.521	0	7	0
25.	Sul Tenggara	851.934	845.694	17.498	822.163	6.033	0	5	0
26.	Maluku	1.178.073	1.083.189	140.604	888.948	53.637	1	4	0
27.	Irian Jaya	1.146.944	1.056.135	38.196	938.463	79.476	0	9	1
Jumlah		124.740.967	112.991.160	25.340.028	84.187.907	3.463.225	89	325	11

Sumber : *Suara Karya*, 23 Juni 1997

Tabel 1

NASIL PERHIMPUNAN ANAUS KAWITHTHIAN JIZAN

TAHUN	PEROLEHAN KURSI DPR-RI TAHUN 1971 - 1997		
	PPP	GOLKAR	PDI
1971	94	236	30
1977	99	232	29
1982	84	246	24
1987	61	299	40
1992	62	282	56
1997	89	325	11



PEDOMAN PENULISAN

1. Naskah yang dimuat merupakan tulisan yang belum pernah dipublikasikan di mediamassa manapun.
2. naskah tulisan yang merupakan terjemahan dari tulisan berbahasa asing harus mendapat persetujuan dari penulis aslinya terlebih dahulu.
3. Naskah tulisan yang dikirim berbentuk makalah presentase dalam suatu pertemuan ilmiah namun belum pernah dimuat di berbagai mediamassa dapat dimuat di dalam Majalah Kajian.
4. Judul tulisan di buat dalam huruf cetak tebal.
5. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris. Untuk naskah berbahasa Indonesia abstrak ditulis dalam bahasa Inggris dan sebaliknya untuk naskah berbahasa Inggris. Panjang abstrak tidak lebih dari 250 kata dan dalam huruf miring.
6. naskah diketik dalam spasi rangkap, di atas kertas kuarto dengan panjang tulisan 15 - 20 halaman tidak termasuk daftar lampiran. Penulis wajib menyerahkan naskah yang diserahkan ke Dewan Redaksi beriku disket.
7. Penulisan sumber rujukan (sitasi kepustakaan) menggunakan sistem catatan kaki, dengan urutan sebagai berikut : nama pengarang/edior (tanpa gelar akademik), judul karangan, tempat diterbitkan, penerbit, tahun penerbitan, halaman yang dirujuk. Contoh :
 - 1) Amin Widjaya Tunggal, Teori Akuntansi Manajemen, Jakarta, Harvarindo, Mei 1994, hal. 21.
 - 2) Inosentius Samsul, "Aspek Nilai dan Kepentingan dalam pembentukan Undang-undang (Suatu tinjauan sosiologis)", Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum, Nomor 10/Th.3/1996, hal. 54-55.
 - 3) Juli Panglima Saragih, Perekonomian Kita Di tengah Globalisasi Ekonomi Dunia, "Surabaya Post", 1 Oktober 1994, hal. 4.
8. Pada akhir naskah tulisan, apabila menggunakan sistem nama-tahun-halaman-terdapat daftar pustaka yang wajib mencantumkan semua rujukan yang telah disinggung sebelumnya, dengan berjarak 1 spasi.