

KOMPAS, MINGGU, 23 MARET 1997

ASAL USUL

Kampanye

UNTUK pertama kalinya kampanye Pemilu Indonesia akan digelar dalam radio dan televisi. Bagi sebagian dari kita, hal itu mungkin kelihatannya sepele. Cuma persoalan teknis. Maklum, ini zaman yang gandrung mereduksi persoalan hidup manusia semata-mata dari perhitungannya teknologi dan matematika.

Untuk menimbang potensi dampak kampanye pemilu di televisi, perlu diteliti mengapa kampanye diboyong ke dalam siaran televisi. Juga bagaimana media komunikasi selama ini telah membentuk sejarah manusia. Bukannya manusia yang memanipulasi sejarah teknologi komunikasi.

GAGASAN kampanye di televisi melejit setiap kali terjadi bentrok kekerasan dalam arak-arakan massa kampanye pada beberapa pemilu lampau. Sebelum lahir, kampanye televisi telah dipromosikan sebagai pahlawan penyelamat rakyat dari bentrokan. Sayang, masalahnya tidak sesederhana itu.

Mengalihkan arena kampanye dari darat ke udara juga berarti mengakhiri kontak langsung rakyat jelata dengan pesta demokrasi. Sekaligus ini meningkatkan kontrol pemerintah terhadap seluruh acara kampanye. Ini bukan sekadar persoalan teknis. Ini siasat manajemen kekuasaan yang strategis.

Dalam kampanye di televisi pemerintah menjadi produser utama. Kampanye bukan lagi bagian dari pesta rakyat yang majemuk dan hingar-bingar. Kini ia menjadi sebuah tontonan tentang pesta demokrasi yang serba rapi di layar kaca. Dari sudut ini kampanye televisi merupakan sebuah mata rantai belaka dari rangkaian panjang kendali politik yang berusia tua.

Partisipasi massa rakyat yang meledak-ledak dalam pesta demokrasi bikin pusing elite politik, bukan cuma petugas keamanan di lapangan. Gambar Ka'bah pernah dianggap kurang tepat ditampilkan dalam pemilu. Maka digusur. Pada kampanye Pemilu 1987 gambar Bung Karno diarak di mana-mana. Seorang mahasiswa Amerika berkomentar, "Kalau di negara saya yang bersaing dalam pencalonan presiden hanya orang yang masih hidup. Di sini lain ya."

Di negeri ini foto tokoh yang sudah meninggal sekali pun bisa bikin resah elite politik yang masih hidup. Sejak kampanye pemilu 1992 mengarak gambar orang dinyatakan terlarang. Menjelang pemilu 1997 yang muncul bukan foto tokoh yang sudah wafat, tetapi sosok putrinya yang masih segar bugar dikelilingi anak-anak muda berbusana merah menyala.

Semua ini merepotkan petugas keamanan dan elite politik. Memindahkan kampanye dari lapangan terbuka ke ruang studio

tertutup akan memudahkan mereka. Semuanya bisa diatur. Gambar, warna, suara, aktor dapat dirancang secara cermat, dilit-sus sebelum disiarkan, dan bila perlu diedit kembali.

SEMUANYA bisa diatur? Mungkin tidak.

Sejarah berkali-kali menunjukkan teknologi komunikasi pada awalnya menjadi monopoli kaum elite. Ia dikembangkan penguasa negara dan pemodal untuk kepentingan sendiri. Tetapi pada akhirnya teknologi ini bertingkah subversif dan berpihak kepada rakyat jelata.

Contohnya aksara. Teknologi komunikasi ini pada awalnya menjadi monopoli segelintir elite di sekitar istana kerajaan besar. Di Eropa maupun Asia selama beratus tahun, kekuasaan kerajaan dilestarikan antara lain lewat monopoli keterampilan baca-tulis dalam bahasa klasik yang dianggap suci.

Tata dunia itu berantakan sejak akhir abad ke-15. Gutenberg menemukan mesin yang mampu mencetak tulisan dalam bahasa rakyat banyak. Abad ke-20 cetak-mencetak merombak sejarah dunia. Koran dan novel menjadi benih terbentuknya nasyon.

Prosesnya tidak serba mulus dan damai. Di akhir kejayaannya penguasa kolonial melancarkan berbagai penindasan, sensor, dan prosekusi terhadap penulis dan tulisan. Mirip tingkah berbagai pemerintah otoriter yang kini yang mencoba menindas penyebaran internet.

Aksara, mesin cetak dan fotokopi tidak pernah dimaksudkan penemunya sebagai alat pembangkangan politik. Tapi belakangan ini grafiti dan foto kopi selebaran gelap merebak di banyak kota. Mereka mengajak boikot pemilu.

Televisi dipakai Panitia Pemilu sebagai alat untuk menyukkseskan pemilu. Tetapi ini mengundang banyak risiko serius. Pertama, sekali televisi dilibatkan dalam kampanye orang akan segera tergoda menuntut perluasan jasa satelit televisi lebih jauh. Misalnya dalam pengawasan asas jurdil pencoblosan, dan penghitungan suara serentak di seantero negeri! Secara teknis ini dapat diatur. Secara potensial dampaknya lebih subversif daripada kinerja KIPP.

Kedua, kampanye televisi semakin menegaskan betapa tipis batas antara yang nyata dan yang cuma rekaan dalam pesta demokrasi. Televisi adalah distributor utama fiksi Hollywood dan fantasi iklan. Yang diberikan televisi tak lebih dari pijaran-pijaran cahaya di layar kaca. Seperti kembang api di udara. Berbeda dari arak-arakan rakyat di kampung sendiri yang penuh greget. Ia memberikan kesan nyata dan sentuhan badaniah.

Kalau yang nyata dan maya berbaur seperti kembang api di udara, tak terlalu penting lagi mana kampanye yang jujur dan cerdas, mana yang cuma janji kosong. Tak penting dari mana datangnya moderator kampanye dialogis. Tak penting mana kontestan banteng mana yang kerbau, atau apa bedanya.

Risiko yang lebih serius: nasib terakhir gelar kampanye berada di ujung jari rakyat Indonesia. Acara itu bisa ditonton sambil pacaran. Bisa juga dianggap tidak pernah terjadi, bila pesawat televisi dimatikan dengan sentuhan remote control di ujung jari.

Yang rindu menonton kampanye dengan warna dominan merah atau kuning dapat mengatur kadar warna di pesawat televisi. Atau menutup layar televisi dengan kaca filter berwarna tertentu. Sedang pendukung Golput dapat menonton kampanye dialogis di pesawat televisi hitam-putih. ***

Ariel Heryanto

