

“Komunikasi Politik” Strategik dalam Pembinaan Kesatuan Bangsa

Ludwig Suparmo

Abstraksi

Article submitted 2016-05-09
Author revision submitted 2016-07-12
Rini Darmastuti
Editor decision submitted 2016-07-25

Banyak diantara nilai dan kepercayaan masyarakat China saat ini memiliki akar dalam tradisi historis. Dalam konteks itu, studi tentang komunikasi interkultural harus mencakup studi yang disebut oleh Wolfe sebagai *the sacred trinity* – Tuhan, Keluarga dan Wilayah. Sebagaimana dengan kasus tradisi religius, Konfusianisme selama ribuan tahun telah memiliki peranan penting dalam membentuk kultur dan sejarah masyarakat yang mengikuti ajaran tersebut. Sebagaimana pula dengan Budhisme, Konfusianisme berpusat pada ajaran tentang manusia tunggal. Beberapa ajaran utama dari Konfusianisme adalah Jen (kemanusiaan), Chun tzer (manusia paripurna), Li (ritual, dan hukum), Te (kekuasaan), Wen (seni). Artikel berikut ini akan membahas kesuksesan strategi komunikasi politik yang didasari pada pendekatan rasional yang digunakan oleh Presiden Republik Indonesia Abdurrahman Wahid pada tahun 1999 yang kemudian menjadi salah satu fondasi bagi penguatan pluralisme persatuan bangsa.

Abstract

Many of the current values and beliefs of the Chinese remain grounded in the tradition of their history. The study of intercultural communication must include a study of what Wolfe calls the sacred trinity – God, family and country. As the case with all religious traditions, Confucianism, for thousands of years, has had a major role in shaping the culture and history of the people who followed this religion. As with Buddhism, Confucianism centers on the teaching of a single man. Confucius important teaching: Jen (humanism), Chun tzer (perfect person), Li (rituals, rites, proprieties, conventions), Te (power), Wen (the arts). Thus, this paper describes the successful strategic political communication based on a rational appeal launched by the late President of Republic Indonesia, Abdurrahman Wahid in 1999, that later becomes one of the foundations in strengthening the Nations unification on pluralism.

Key Words: Strategic Communication, Mutual Understanding, Nation

Pendahuluan

Tulisan ini merupakan kajian ilmiah singkat terhadap perkembangan komunikasi politik Pemerintah Republik Indonesia pada era Presiden RI ke 4 Abdurrahman Wahid, atau yang populer dipanggil sebagai Gus Dur pada tahun 1999 ketika merestui dirayakannya Tahun Baru Imlek diikuti peresmian oleh Presiden RI Ke 5 Megawati Soekarnoputri, bahwa Tahun Baru Imlek dinyatakan sebagai Hari Libur Nasional. Peristiwa bersejarah tersebut tidak lepas dari strategi komunikasi yang dirancang oleh Gus Dur secara pribadi dan penasehatnya, serta pemuka penganut *Confucianism* di Indonesia. Dalam masa reformasi pasca 1998, berlimpah tulisan dan siaran dari media maupun akademisi mengenai kontroversi pemikiran rasional Gus Dur. Pemikirannya sering disampaikan kepada media secara “ceplas-ceplos”, langsung dan gamblang. Kata-kata yang sering disampaikan atas berita media disebutkan sering “diplintir”, dan ketika mengkritik sikap sidang DPR RI seperti di “taman kanak-kanak”. Dalam pemikiran mengenai prediksi masa depan, beliau mengarah ke RRC, dan setelah itu terbukti Negara China ekonominya (GDP) tumbuh dikisaran 7 – 8 persen. Lawatan ke luar negeri Presiden RI ke 4 ini pertama adalah ke RRC dan beliau mempertegas pemulihan hubungan ekonomi antara Indonesia dan RRC. Dalam kepemimpinan Gus Dur sudah dapat terlihat tanda-tanda Negara RRC ini sebagai Negara besar potensial. Setelah itu baru beliau berkunjung ke banyak Negara lainnya guna memulihkan hubungan diplomatik dan ekonomi Indonesia.

Gagasan Gus Dur sering “*impulsive*” namun rasional. Demikian ketika di bulan Januari 2001 mengumumkan Tahun Baru Imlek sebagai hari libur opsional diikuti dengan pencabutan larangan penggunaan huruf Tionghoa yang di jaman Orde Baru tulisan Tionghoa dilarang keras tampil di media, papan pengumuman atau nama perusahaan di tempat-tempat perdagangan di seluruh Indonesia.

Pluralisme di Indonesia: seperti yang dipertanyakan Friedman sebagai *anecdote*, dikutip oleh Samovar:

“Can Islam, Christianity and Judaism know that God speaks Arabic on Fridays, Hebrew on Saturdays and Latin on Sundays? That He welcomes different human beings approaching him through their own history, out of their own history, out of their language and cultural heritage?”

Apa yang dipelajari Samovar, oleh kalangan pemersatu bangsa di Indonesia ingin diwujudkan. Tentu persatuan bangsa yang terdiri dari sedemikian banyaknya budaya asli daerah masing-masing ditambah dengan keberadaan berbagai aliran agama, tidaklah mudah. Upaya terus-menerus dari berbagai lembaga untuk saling menghargai masing-masing agama tetap harus diupayakan dengan sungguh-sungguh.

Rancang Kerja Konseptual

Desertasi Prof. Dr. Gayus T. Lumbuun, SH, MH, merupakan referensi sangat berharga sebagai data sekunder. Desertasi berisi Teori dan Konsep Budaya Hukum yang penelitian lapangannya dilakukan langsung di tanah air. Penulisan yang sangat berharga tersebut (Lumbuun, 2002; 47, 60 – 156) antara lain memuat konsep-konsep sebagai berikut, dalam analisis proses perlembagaan suatu peraturan salah satu faktor penting adalah kecepatan menanam yang dilakukan dengan penyuluhan melalui komunikasi dengan memperhatikan faktor-faktor:

- a. Dalam mengadakan komunikasi secara langsung perlu diperhatikan masalah

- kepercayaan kepada komunikator, daya tarik maupun kewibawaannya, antara lain melalui: persuasi, sugesti, diskusi, konfirmasi, indoktrinasi.
- b. Besar kecilnya jumlah penerima pesan, *audience*, semakin kecil jumlah penerima pesan, semakin efektif komunikasi tersebut.
 - c. Isi pesan supaya sehusus mungkin, sebaiknya digunakan pemikiran yang bersifat induktif.
 - d. Memperhatikan relevansi pesan dari sudut penerima pesan.
 - e. Kesederhanaan bahasa dan pemahamannya. Sebaiknya digunakan bahasa yang benar-benar dapat dipahami oleh penerima pesan (mungkin perlu penggunaan bahasa daerah di pelbagai daerah di Indonesia, dengan logatnya masing-masing.)

Penelitian Prof. Gayus T. Lumbuun untuk disertasi doktornya yang dikutip tersebut sejalan dengan pemikiran Gus Dur melihat kenyataan bahwa Indonesia harus hidup berdampingan dengan negara besar RRC; dimana banyak orang Tionghoa perantuan hidup di Indonesia, dengan tetap mengikuti tradisi dan budaya nenek-moyang mereka

Casandra L. Book (1980; 71 – 101), mengulas kajian banyak referensi komunikasi perbedaan antara pesan informatif dan persuasif yang dapat dibedakan berdasarkan bagaimana khasnya sasaran yang ingin dicapai oleh pesan-pesan yang dimaksud. Pesan persuasif biasanya berpusat pada pencapaian sasaran tertentu oleh sumber pengirim. Pesan informatif lebih tersebar (tidak terpusat). Pesan informatif lebih memperhatikan agar penerima pesan mendapatkan pembelajaran dari informasi tersebut. Tindakan apa yang akan dilakukan oleh penerima terhadap pesan informatif tidaklah penting. Bahkan mungkin, penerima akan memperlakukan hal yang sama terhadap pesan persuasif yang diterimanya. Pokok kriteria untuk menetapkan kualitas pesan informatif, dalam acuan konstruksi suatu pesan informatif adalah ketepatannya.

Sayangnya, belum dapat ditemukan suatu metode lengkap tentang memastikan ketepatan penerimaan suatu pesan. Sebagai sumber pengirim tidak mungkin dapat menuangkan segalanya dalam satu pesan kedalam telinga si penerima lalu mengharapkan terjadi pengertian sempurna. Seorang penerima dengan penerima lainnya akan berbeda karena beda *interest* (sudut perhatian), beda motivasi dan beda kebiasaan masing-masing penerima. Semua itu akan berpengaruh apakah suatu pertukaran informasi akan berhasil atau akan gagal. Namun, dapat diberikan juga petunjuk untuk membantu bagaimana komunikator sebaiknya menciptakan pesan sehingga dapat diterima secara tepat.

Beberapa Konsep Dasar Komunikasi

Komunikasi merupakan proses transaksi dan haruslah tercipta, *mutual understanding*, pengertian timbal balik bagi kedua belah pihak, sumber dan penerima. Berikut ini prinsip, bila dijalankan secara bijak, sehingga sumber pengirim dapat membentuk konstruksi, pesan informatif yang dapat diterima secara tepat bagi kebanyakan mereka yang rata-rata mempunyai *interest*, perhatian, motivasi dan kebiasaan, serta memiliki kesanggupan, *ability*.

1. Buatlah pesan sederhana dengan tujuan yang jelas. Dalam mengkonstruksi pesan sering kita ingin sampaikan segala yang kita ketahui. Ini memberi kesan kita ini terpelajar, namun detail tidak penting bahkan sering mengaburkan

- keakuratan informasi. Tetapi tidak juga pesan itu harus sederhana sehingga tidak dapat dimengerti atau menimbulkan pengertian yang tidak akurat.
2. Gunakan bahasa yang dimengerti penerima. Hindari penggunaan jargon serta istilah teknik bila mungkin. Dengan pemikiran yang reflektif dapat disampaikan pesan dengan cara yang umum.
 3. Berikan ilustrasi dengan contoh untuk hal-hal penting. Bagi penerima pesan lebih menyenangkan menerima referensi konkret. Rangkuman yang biasa sering mengaburkan pengertian bahkan dapat bercampur baur. Pastikan contoh atau analogi yang diberikan menggambarkan hal penting, yang mudah diingat oleh si penerima.
 4. Gunakan pengulangan agar pesan masuk ke otak. Jangan harapkan terjadinya penerimaan dan pengertian sempurna dari penerima. Namun, jangan melakukan pengulangan sehingga membosankan.
 5. Gunakan rangkuman dan pra-rangkuman untuk menanamkan isi pesan dalam memori penerima. Suatu pra-rangkuman merupakan *statement*, pernyataan mengenai apa yang akan disampaikan berikutnya. Rangkuman harus berisi konfirmasi hal-hal penting yang harus dimengerti. Ikuti peribahasa pembelajaran ini: "*Tell them what you are going to say, say it, then tell them what you said*" (Katakan apa yang anda ingin katakan, katakanlah, kemudian katakan pada mereka apa yang anda telah katakan).
 6. Jika mungkin biarkan terjadi interaksi dan dapatkan umpan balik. Manfaatnya anda dapat mengetahui bagaimana efektifitas proses komunikasi yang sedang berlangsung.
 7. Pilih satu pola pengorganisasian sehingga kejelasan pokok pesan dapat diatur. Pola bagaimana yang terbaik tergantung dari pokok permasalahan. Untuk pesan informatif digunakan pola pokok pembicaraan berbasis waktu atau tempat.

Prinsip-prinsip perencanaan, penulisan dan penyampaian pesan berlaku pula bagi pesan persuasif. Namun selain itu, setiap pesan persuasif mengandung gagasan pokok tujuan (*central proposition*). Dalam pesan persuasif terdapat 4 kategori kehendak atau niat sebagai gagasan pokok. *Proposition* atau gagasan kehendak itu berdasarkan pemikiran dari sumber pengirim pesan yang ingin agar penerima pesan mengetahui dan bereaksi:

1. Untuk mengubah atau tetap mempertahankan opini atau sikap (Tetap percayakan pada Presiden kita)
2. Untuk mengubah atau tetap mempertahankan kelakuan yang sudah jelas (Berikan suara pada calon gubernur/kepala daerah pilihan anda)
3. Untuk mengubah atau tetap mempertahankan persepsi (Sukses bukanlah dari memiliki kedudukan, sukses itu hidup bahagia)
4. Untuk mengubah atau tetap mempertahankan status emosi (Cintailah tanah-air-mu)

Mengorganisasikan pesan persuasif dengan memikirkan *proposition*, gagasan kehendak/maksud yang ingin dicapai, merupakan langkah pertama. Penerima pesan tidak akan merubah apapun jika tidak berdasarkan suatu sebab atau alasan (*reason*). Alasan haruslah "masuk akal", atau yang disebut berorientasi pada *rational*

appeal. Gagasan menggunakan akal, *rational appeal*, dibentuk melalui satu atau beberapa argumentasi dengan tujuan meyakinkan penerima secara intelektual yang membutuhkan dasar yang dapat dipertahankan. Dalam pesan persuasif terdapat juga *motivational appeal*, gagasan memotivasi. Kedua gagasan ini saling tumpang tindih. Pada waktu kita membaca surat kabar atau mengikuti siaran TV kita akan membentuk pandangan bahwa berita itu benar atau tidak benar. Jika ditanya berdasarkan apa pandangan tersebut tercetus dalam diri kita, adalah karena kita memakai rasio. Kita sering mengatakan bahwa keputusan yang kita ambil memakai rasio. Berpikir menggunakan rasio sebenarnya berdasarkan empat pokok pemikiran umum:

1. Berpikir memakai rasio berhubungan dengan objektivitas
2. Berpikir secara rasional memerlukan pemikiran yang kritis
3. Memakai rasio memerlukan standar
4. Mengatakan rasional berarti menggunakan bukti

Mengkonstruksikan pesan menggunakan argumentasi rasional dapat membantu untuk mempengaruhi opini, merubah sikap ataupun mempengaruhi kelakuan. Dengan menggunakan rasio dapat terhindar dimanipulasi oleh mereka yang pandai dalam menggunakan informasi salah, atau pandai menimbulkan syak-wasangka ataupun menggunakan argumentasi atau alasan canggih demi mencapai suatu tujuan tertentu.

Toulmin Model of Argument

Stephen Toulmin (1958), seorang filosof Yunani, berpendapat bahwa standarisasi untuk mempertimbangkan dan menerima data sebagai bukti tergantung dari pokok persoalan, tergantung dari orang perorang. Namun bentuk, struktur, argumen selalu sama. Segala macam argumentasi memiliki tiga komponen pokok: *claims, data and warrants* (tuntutan, data dan keabsahan). Tuntutan (*claim*) merupakan pernyataan atau kesimpulan yang disampaikan untuk menerima tuntutan atau memberikan kepercayaan. Data atau fakta terhadap alasan sebagai dukungan terhadap tuntutan. Menceritakan mengapa tuntutan harus dipercaya. Keabsahan (*warrant*), adalah suatu hipotesa umum yang merupakan pernyataan mengapa data mendukung tuntutan.

Tuntutan (*claim*)

Jika tuntutan tidak disertai data dan keabsahan, maka hal demikian disebut sebagai suatu kepastian (*assertion*).

Data

Ada berbagai jenis data sebagai dukungan bukti. Penerima pesan dapat menerimanya dari berbagai sudut pandang dan dapat menimbulkan berbagai argumentasi. Data digunakan sebagai bukti. Bukti dapat di bagi menjadi bukti Langsung dan bukti Tidak Langsung. Bukti tidak langsung disebut juga *circumstantial evidence* suatu bukti yang lepas hubungannya sebagai bukti atas gagasan kehendak atau maksud suatu pesan persuasif. Suatu bukti tidak langsung dikenal juga sebagai bukti negatif (*negative evidence*) sering digunakan dalam persidangan di pengadilan. Bukti yang diutarakan secara verbal disebut *verbal evidence*.

Dalam *rational system* dibentuk standar umum untuk menguji bukti, *test of evidence*, berdasarkan: *relevancy, materiality, clarity, credibility and recency* (relevansi, berdasarkan uji material, kejernihan/kejelasan pesan, kredibilitas dan masa yang

baru terjadi/kejadian mutakhir). Kejelasan pesan biasanya berhubungan dengan *diction* atau arti sebenarnya dari kata atau frase menurut ilmu bahasa: misalnya dalam bahasa Inggris jelas dibedakan penggunaan kata: *...some...many...most...large...crowd*. Dalam penggunaan kata lain semisal: *...truth...freedom...equality...democracy...peace* haruslah tepat. Penulis memperhatikan bahwa Bahasa Indonesia yang dipakai birokrat sering rancu: misalnya: sistemik, sosialisasi ataupun kata objektif. Diperlukan kematangan untuk membentuk *rational system* sehingga *evidence*, bukti yang digunakan dalam memperkokoh pesan menjadi kuat dan tidak mengaburkan.

The Warrant

Merupakan pernyataan umum yang menghubungkan data dengan tuntutan (*claim*). *Warrant* dapat diartikan sebagai keabsahan, kebenaran yang dicapai berdasarkan data dan argumen, sebagai “garansi” sebab-akibat. Menurut Toulmin standard pengukur data dan keabsahan dalam berbagai argumentasi berbeda-beda tergantung analisis *audience* dan *receiver*. Juga tergantung *demographic characteristics* (sifat kebiasaan asal dan tempat tinggal penerima pesan).

Pengorganisasian argumentasi kedalam pesan ‘bagaimana mengorganisasikan argumen alasan-alasan, menjadikan pesan yang persuasif dianjurkan untuk dibentuk melalui pola logika’. Pola logika dapat diterapkan dari dua sudut, pola deduktif dan pola induktif. Pola deduktif: memformulasikan pernyataan umum menjadi konklusi baru. Pola induktif: dengan mengumpulkan satu seri observasi yang spesifik dijadikan pernyataan / observasi umum.

Motivational Appeal

Pendekatan persuasif sebaiknya lebih ditujukan untuk stimulasi bukan untuk langsung meyakinkan. Inilah yang disebut pendekatan motivasional yang akan menghubungkan tujuan atau niat pesan dengan daya pemicu tingkah laku berbuat pada manusia. Mengkonstruksi pesan persuasif dengan berbagai motif merupakan sasaran penting melalui pendekatan memotivasi penerima pesan atau khalayak.

Komunikasi Strategik Berdasarkan Pemikiran Rasional

Uraian Stephen Toulmin berdasarkan: *assertian claim, data, warrant and motivational appeal* sesungguhnya mendukung faham Friedman yg dikaji lebih dalam oleh Samovar, bahwa “*own history, out of someone’s language and cultural heritage*” bila dikomunikasikan dengan apik dan tepat, yaitu melalui *rational appeal* akan dapat diterima oleh lapisan masyarakat yang pluralis. Pemikiran Abdurrahman Wahid rupanya mendasarkan pada *rational appeal*, sesuai uraian dibawah ini, bahwa sehabis era Soeharto perlu ditegaskan pemikiran *confucianism* sebagai berikut.

Masyarakat keturunan Tionghoa di Indonesia kembali mendapatkan kebebasan merayakan tahun baru Imlek pada tahun 2000 ketika Presiden Abdurrahman Wahid mencabut instruksi Presiden No. 14 Tahun 1967, yang melarang segala hal yang berbaur Tionghoa diantaranya perayaan Imlek; selama tahun 1968 – 1999 perayaan Imlek dilarang dirayakan oleh rezim Orde Baru. Presiden Abdurrahman Wahid mengeluarkan Keputusan Presiden No. 19/2001 tertanggal 9 April 2001 yang meresmikan Imlek sebagai hari libur fakultatif (hanya berlaku bagi mereka yang merayakannya). Kemudian Presiden Megawati Soekarnoputri menyatakan bahwa hari raya Imlek merupakan salah satu hari libur nasional di tahun 2003.

Rational Appeal kedua Presiden RI tersebut antara lain bisa jadi juga sesuai oleh studi peneliti literature, seorang Indonesia keturunan Tionghoa, Hanz Agus Rivai, yang menambahkan wawasan kita bahwa: Di Tiongkok sendiri, kecuali pada era Revolusi Kebudayaan, ajaran Khong Hu-cu selalu menjadi pegangan moral bagi penduduk baik yang komunis maupun yang non komunis. Pada masa Revolusi Kebudayaan, memang Confucianism dianggap sebagai pemikiran feodal. Sesudah berkuasanya Deng Xiaoping, confucianism diterima sebagai ajaran moral. Oleh orang Barat Khong Hu-cu disebut Confucius. Hanya beberapa orang Tionghoa di Indonesia Khong Hu-cu dianggap seorang Nabi. Sebenarnya Khong Hu-cu adalah seorang pengarang, penyair, filosof, negarawan dan ahli astronomi yang sah. Dia tidak mendirikan suatu agama. Dalam kitab yang ditulisnya, *Tao-de-ying*, dia mengajarkan bagaimana seharusnya hubungan antara manusia, antara orang tua dan anak, antara raja dengan rakyatnya dan juga antara suami dengan istri. Dia tidak menyinggung mengenai dewa ataupun Tuhan.

Bahwa Budhism dan Confucianism dianggap sebagai agama, hal itu terjadi di era kekuasaan Soeharto, yang mengharuskan setiap rakyat Indonesia beragama jika tidak mau dituduh sebagai komunis.

Kesimpulan

Di tahun-tahun berikutnya setelah peresmian perayaan Imlek bagi etnis Tionghoa, termasuk diumumkannya sebagai salah satu hari libur nasional, pemeluk Khong Hu-cu, yang meliputi juga diluar orang-orang Indonesia keturunan Tionghoa, telah lebih mengembangkannya dalam praktek pluralism. Sehingga menjelang dan dalam jangka waktu perayaan Imlek di Indonesia, dapat dikatakan bahwa di seluruh Indonesia, masyarakat ramai merayakannya.

Tentu saja keberhasilan komunikasi politik strategis ini karena didukung oleh media masa, juga entusiasme banyak pemimpin bangsa. Pada tanggal 2 Maret 2013 telah diselenggarakan peringatan secara besar-besaran atas perayaan Cap Gomeh, yaitu penutupan hari raya Imlek lima belas hari setelahnya; dimana Presiden RI sendiri memberikan sambutan Negara. Upacara itu disiarkan melalui berbagai media elektronik dan media cetak secara nasional. Di tahun-tahun berikutnya (2014 - 2016) perayaan yang meriah di berbagai kota besar di Indonesia menjadi tradisi baru yang mendapat sambutan dari masyarakat luas; bukan hanya mereka yang keturunan Tionghoa, penduduk asli masing-masing daerah berpartisipasi aktif. Teori meluncurkan pesan peruasif dengan pokok pemikiran rasional telah terbukti keberhasilannya dalam komunikasi politik yang dikemas secara strategik.

Daftar Pustaka

- Book, Cassandra L. (1980). *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills*, St. New York : Martin's Press.
- Jefkins, Frank. (1995). *Public Relations M&E Business Handbook*. London : Pitman.
- ; Yadin, Daniel. (1998). *Public Relations Frameworks*. Prantice Hall. England : Harlow.
- Lumbuun, Gayus T, (2002). *Confucianisme dan Lingkungan Hidup Budaya Hukum Masyarakat Pasiran*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Samovar, Larry A, et all (2007). *Communication between Cultures*. Australia :

Thomson.

Majalah:

China Town, The Indonesian Chinese Community Magazine (February, 2013).

Jakarta : PT Sentra Info Bisnis Konsultama.

Drs. Ludwig Suparmo, MSi., 30 Tahun bekerja di Perusahaan Multi Nasional dan Perusahaan Komunikasi Nasional yang ternama. Berpengalaman dalam In-house Training maupun Public training dalam topik-topik ilmu komunikasi praktis. Keahliannya yang mendapat pengakuan antara lain adalah dalam Pelatihan Manajemen Isu dan Krisis, Budaya Perusahaan dan Efektif Public Relations Indonesia. Email: ludwigsuparmo@yahoo.com