

“Bezoek Politik” dalam Perspektif Dramaturgis

Emma Khotimah

ABSTRAK

Indonesia, dengan kekhasan struktur sosial budayanya, memiliki sistem sosial dan budaya komunikasi politik yang khas pula. Bila pada masyarakat modern dan demokratik lainnya, kedudukan media massa elektronik (televise)— di samping media cetak— menjadi ujung tombak kegiatan propaganda, kampanye, dan periklanan politik; maka, di Indonesia, saluran komunikasi organisasi dan interpersonal telah menjadi saluran utama komunikasi politik selama tiga dasawarsa terakhir. Namun, sejak munculnya televisi swasta, terlebih pascaruntuhnya Orde Baru, televisi dan media massa lainnya menjadi sinergi dalam membangun budaya komunikasi politik dewasa ini. Fenomena iklan politik dan public relations dalam konteks politik, kini mulai akrab digunakan. Para komunikator politik pun mulai menjadikan media massa elektronik sebagai sarana publisitas bagi dirinya dan kubu politiknya.

Pengantar

Pascamantan presiden Indonesia, Soeharto, “leseh ke parabon”—meminjam istilah Ardianto¹—begitu banyak permasalahan kemanusiaan, politik ekonomi, dan permasalahan sosial lainnya, yang entah kapan terselesaikan. Permasalahan tersebut di antaranya adalah pengusutan kekayaan keluarga Cendana, kontroversi vonis terhadap Tommy Soeharto, *deadline* pembayaran utang negara yang semakin “membengkak”, dan konflik Aceh serta Poso yang tetap “memanas”. Ini disusul kasus penculikan yang berakhir dengan meninggalnya tokoh rakyat Papua, Theys Hiyo Eluay, yang dalam perspektif hak asasi manusia (HAM) merupakan tindak pelanggaran HAM (*gross violation of human right*). Juga “gonjang-ganjing” harga BBM yang dianggarkan untuk membayar sebagian utang negara, kasus “bongkar pasang” di tubuh Bank Indonesia, dan Buloggate II yang merupakan “tontonan” politik nan tidak kalah mencengangkan.

Bila disebutkan satu per satu, dibutuhkan berlembar-lembar kertas untuk menginventarisasi “pekerjaan rumah (PR)” dalam kepemimpinan Megawati, yang *notabene* juga merupakan PR bagi

para anggota kabinetnya dan masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Kondisi ini cukup membuktikan betapa bangsa ini, “masih carut-marut dan nyaris tanpa system” (Massardi, 2002:32). Kutipan berikut menambah bukti betapa rapuhnya sistem negara ini, walaupun memang sistem itu masih ada.

Keppres yang meniscayakan pemerintah menaikkan harga BBM setiap akhir bulan dan berlaku tanggal satu pada bulan berikutnya (Keppres No. 9/2002) sudah terbit. Uniknya, kali ini pemerintah tidak mengumumkan kenaikan harga BBM pada akhir April dan kenaikan harga BBM berlaku 1 Mei. Lho, ada apa? Ternyata, pemerintah takut pada demo besar-besaran 1 Mei untuk memperingati Hari Buruh Internasional. Lantas? Pemerintah punya akal: bikin Keppres No. 27/2002 untuk mengganti keppres No. 9/2002. Inti keppres sama. Bedanya, pada keppres pertama pengumuman kenaikan harga BBM tiap akhir bulan dan berlaku bulan berikutnya, pada keppres kedua, pengumumannya dilakukan kapan saja. (Isnail Numahmudi dalam *Kompas*, 20 Mei 2002:33)

Sebagai dampak penetapan Keppres No. 27/2002 ini, sebagian besar rakyat dipastikan kian terpuruk dalam kesulitan ekonomi. Sudah merupakan konsekuensi logis, bila harga BBM naik, maka harga-harga kebutuhan pokok pun naik. Pada bulan ditetapkannya Keppres itu pun, di beberapa kota terjadi pemogokan bahkan pengrusakan terhadap beberapa angkutan umum yang pengemudinya “nekat” mengangkut penumpang, saat pemogokan berlangsung. Bahkan, di Bandung, pemogokan itu nyaris melumpuhkan aktivitas masyarakatnya.

Saat yang sama, kasus Bulogate yang melibatkan Akbar Tanjung tengah “digelar”. Ketika Akbar Tanjung berada di dalam tahanan, terjadi kunjungan “solidaritas” terhadapnya. Sejumlah anggota DPR, menurut Saleh Abdullah (Deklarator dan Sekjen PUDI), agak demonstratif mengunjunginya. Ini memicu kunjungan tokoh lainnya seperti para elite politik Golkar, disusul oleh sejumlah Jenderal TNI sejak hari pertama Akbar Tanjung diproses oleh pihak pengadilan.

Yang tidak kalah “menggemparkan” adalah polemik kunjungan Presiden Megawati ke Timor Lorosae pada hari kemerdekaan negara tersebut, yang tadinya merupakan bagian dari Negara Kesatuan Republik Indonesia. Terakhir, yang tidak kalah menghebohkan adalah kunjungan bernuansa politis yang dilakukan oleh Wakil Presiden Republik Indonesia, Hamzah Haz, kepada pemimpin Ahlussunnah Wal Jamaah Ja’far Umar Thalib, tidak lama setelah penangkapannya. Sekali lagi, acara kunjung-mengunjungi ini berlangsung saat rakyat “menjerit” dan terpuruk dalam berbagai kesulitan ekonomi.

Dalam perspektif komunikasi politik, berbagai agenda ini akan mempengaruhi kecenderungan agenda pemberitaan media massa. Bahkan, pada konteks tertentu, pengalihan agenda ini telah dengan sengaja “di-setting” oleh para komunikator politik (lebih tepatnya elite politik) sebagai sarana untuk mengubah agenda masyarakat. Saleh Abdullah mengomentari lakon yang sedang dipentaskan para elite politik itu sebagai sesuatu yang tidak berpihak pada masyarakat. Tutar Saleh (2002: 5), “*Haqqul yaqin*, semua kehebohan elite

tentang upacara saling kunjung-mengunjungi itu tidak punya hubungan apa-apa dengan kesulitan ekonomi rakyat yang bertubi-tubi ini, selain bahwa hal ini malah semakin menunjukkan kualitas para politisi, yang semakin kedodoran dan membosankan.”

***Impression Management* pada Manuver Komunikasi Hamzah Haz**

Ada hal yang patut memperoleh catatan tersendiri dari ketiga kasus kunjungan secara politis ini. Kunjungan Hamzah Haz kepada Ja’far Umar Thalib, yang juga adalah Panglima Laskar Jihad di Markas Besar Kepolisian RI (Mabes Polri) 7 Mei 2002, telah menjadi fenomena yang cukup unik. Terbukti dengan begitu banyaknya ulasan yang pro dan kontra membahas fenomena tersebut. Lama setelah peristiwa berlangsung, Tjipta Lesmana (Dosen Pascasarjana UI, peneliti di Lembaga Pengkajian Strategis Indonesia-LPSI) masih mengulasnya di harian umum *Kompas*, tepatnya tanggal 20 Mei 2002. Sementara itu, *Republika* menurunkan tiga tulisan, tanggal 13, 14 dan 15 Mei untuk masalah ini. Terlepas dari pendapat pro dan kontra atas manuver politik Hamzah Haz ini, ada beberapa pertanyaan menarik yang hendak dianalisis dalam tulisan ini:

1. Mengapa kunjungan politik Hamzah Haz lebih banyak “disorot” oleh kalangan media massa? Padahal, kunjungan Megawati ke Timor Timur sebenarnya tidak kalah kontroversial. Dalam kaitannya dengan mendekamnya Akbar Tanjung di LP, sesungguhnya kunjungan ke penjara tidak hanya dilakukan oleh Hamzah Haz, tetapi juga dilakukan elit politik lainnya dalam waktu berdekatan.
2. Bagaimana peristiwa sosial ini dapat dijelaskan melalui perspektif Dramaturgis Erving Goffman?

Kontroversi atas kunjungan Hamzah Haz berkenaan dengan pengakuan eksplisitnya bahwa kunjungannya kepada Ja’far Umar hanyalah silaturahmi yang merefleksikan semangat *Ukhuwah Islamiah* dan silaturahmi sesama Muslim. Penulis beranggapan, bila argumennya adalah

dalam rangka silaturahmi, mengapa baru saat itu kesadaran itu muncul, dan mengapa baru saat itu dilakukan? Padahal, sejak zaman Orde Baru, begitu banyak tokoh Islam yang dipenjarakan, bahkan dianiaya, namun tak ada satu pun ketua PPP yang pernah mengunjungi mereka di penjara.

Sekalipun Hamzah Haz menyangkal keras “bezoek politiknya”² merupakan manuver politik, di sisi lain tidak dapat dipungkiri, peristiwa tersebut merupakan peristiwa politik yang sarat dengan nuansa politis. Hal ini juga ditegaskan oleh Muhammad Subarkah (2002: 10) sebagaimana tertuang dalam ulasannya:

Harus diakui, manuver politik Hamzah dengan menjenguk Ja’far sangatlah akurat. Dia terlihat ingin mengunci opini bahwa dirinya adalah merupakan salah satu representasi kongkrit dari aspirasi politik Umat Islam. Dengan kata yang lebih sederhana, Hamzah telah memainkan kartu bahwa dirinyalah kini salah satu pembela posisi umat, yang kerap kali masih dicoba didesak agar terus berada di pinggir.

Dari perspektif dramaturgis, peristiwa ini dapat dianalisis sebagai upaya yang sengaja dilakukan Hamzah Haz dalam rangka *impression management* (pengelolaan kesan) atas dirinya. Pentingnya *impression management* ini digambarkan Goffman (1963) dalam bukunya *Stigma*, sebagai upaya untuk menyamarkan atau mengabaikan cacat saat seseorang berinteraksi dengan individu lainnya. Pada prakteknya, upaya ini tidak hanya dilakukan untuk menghilangkan cacat sosial oleh seseorang, tetapi lebih kepada usaha menciptakan *image* di setiap lingkungan sosial tempat individu berada. Kesan yang ingin ditanamkan Hamzah di antaranya adalah: *pertama*, bahwa dirinya pembela umat Islam. *Kedua*, ia punya kekuatan politis sebagai ketua PPP dan Wakil Presiden untuk mempengaruhi Opini Publik.

Secara Dramaturgis, Goffman menjelaskan bahwa, “ketika berinteraksi, orang-orang ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain”. Goffman menyebut upaya itu sebagai “teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu guna mencapai

tujuan tertentu” (Mulyana, 2001: 12).

Selain itu, Goffman juga menggambarkan: “Kehidupan sosial bagaikan teater, yang memungkinkan seorang aktor memainkan berbagai peran di atas suatu atau beberapa panggung, dan memproyeksikan citra diri tertentu kepada orang yang hadir, sebagaimana yang diinginkan sang aktor, dengan harapan bahwa khalayak bersedia menerima citra dirinya itu. Seringkali sang aktor melakukan pengelolaan kesan tersebut tanpa sadar, ada kalanya setengah sadar, namun terkadang juga dengan kesengajaan penuh demi kepentingan pribadi, finansial, sosial, atau politik tertentu. Tetapi, pengelolaan kesan yang disengaja juga terkadang menimbulkan resiko, karena khalayak aktif menafsirkan perilaku sang aktor” (dalam Mulyana, 2001: 120).

Wacana di media massa perihal manuver politik Hamzah Haz, berlangsung selama hampir dua minggu, yaitu sejak tanggal 7 sampai 20 Mei 2002. Dalam kajian dramaturgis, Hamzah dianggap telah sukses memanfaatkan peristiwa penangkapan Ja’far sebagai momentum unjuk kekuatan dirinya. Hamzah juga telah berhasil mengelola *front stage* (panggung bagian depan) pribadinya di depan publik.

Mengacu pada analisis Goffman, pentas para aktor di depan khalayak terbagi ke dalam tiga wilayah (*region*). Kata Goffman, “...’front’, ‘back’, and ‘outside’ the stage, contingent upon the relationship of the audience to the performance while the ‘official stance’ of the team is visible in their front stage presentation, in backstage, ‘the impression is knowingly contradicted as a matter of course,’ indicating more truthful type of performance (1959 :112).”

Pada wilayah depan ini, para komunikator politik berkesempatan untuk menciptakan *image* melalui drama yang dipentaskannya di depan publik. Tentu saja, sebagaimana penuturan Goffman, panggung depan direkayasa sedemikian rupa dengan penuh kesadaran, walau kadang tanpa sadar dilakukan oleh setiap aktor, dan ini tentunya tidak senatural panggung belakang. Di wilayah belakang, para aktor politik dapat saja saling beranggukan atau bersenda gurau bersama,

sementara di wilayah depan (di hadapan publik), para aktor politik itu mungkin saling menghujat. Dapat juga terjadi sebaliknya, di hadapan publik para tokoh ini saling tersenyum dan beranggukan, sementara di luar wilayah publik mereka saling bermusuhan.

Harus diakui, kasus Hamzah Haz melalui pengelolaan kesan di wilayah depannya, “lumayan” mendorong popularitas dirinya sebagai orang kedua di pemerintahan, di samping Megawati. Mengapa manuver komunikasi ini penting? Sebab, menurut Dan Nimmo (1999: 31), sudah bukan rahasia lagi kalau “para politikus mencari pengaruh melalui komunikasi.” Maka, manuver Hamzah Haz pun, dalam perspektif komunikasi politik, merupakan manuver komunikasi yang sarat dengan tujuan tertentu yang ingin diraih oleh Haz dan kubunya. *Tujuan jangka pendek* adalah untuk mempengaruhi opini publik dan keputusan politik agar Ja’far Umar dibebaskan dari segala tuduhan atas dirinya, yaitu telah melakukan provokasi dan penghinaan kepada Presiden Megawati saat mengadakan *tabligh* akbar di Ambon. *Tujuan jangka panjang*, Hamzah Haz dan kubunya tentu ingin meningkatkan dukungan politik atas dirinya dan partai politik yang dipimpinya di masa yang akan datang. Disamping itu, Hamzah Haz ingin menunjukkan bahwa dia punya *bargaining position* yang tinggi dalam peta politik di Indonesia bila kemudian ternyata Ja’far Umar dibebaskan.

Keberhasilan komunikasi politik Hamzah Haz dalam perspektif dramaturgis, bukan tidak mungkin ditunjang oleh Ja’far Umar sebagai bagian dari tim pertunjukannya. Adakah konspirasi di balik peristiwa penangkapan Ja’far Umar dan kunjungan Hamzah Haz terhadapnya? Jawabannya adalah mungkin. Kemungkinan ini, dilukiskan Goffman, selain menampilkan dirinya sendiri, para aktor sosial juga cenderung memanfaatkan penampilan tim (*performance team*) dalam mendramatisasi suatu aktivitas atau peristiwa. “Selain membawakan pesan dan karakter secara individu, aktor-aktor sosial juga berusaha mengelola kesan orang lain terhadap kelompoknya, baik itu keluarga tempat bekerja, partai politik, atau organisasi lainnya yang

mereka wakili” (Mulyana, 2001: 122). Kerjasama tim sering dilakukan untuk menciptakan dan menjaga penampilan dalam wilayah depan (*front stage*) para aktor tersebut. Pertunjukan ini dilakukan untuk membentuk citra (*image*) politis terhadap Haz dalam kedudukannya sebagai Wakil Presiden, juga—yang terpenting—selaku pimpinan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) yang akan ikut “bertarung” dalam Pemilu depan.

Menurut Goffman, khalayak menafsirkan perilaku sang aktor secara aktif. Maka, Haz dalam konteks ini ditafsirkan beberapa kalangan telah sengaja menjadikan agama sebagai instrumen politik. Bahkan, Presiden *Ikhwanul Muslimin*, Habib Husen Alhabsyi, mengkritik manuver Wakil Presiden ini dengan kata-kata yang keras, “Jangan jadikan agama sebagai alat politik” (dalam tulisan Abdullah, 2002: 5). Habib sendiri, menurut Abdullah, merupakan salah seorang korban Orde Baru. Pada masa Habib di penjara, tidak ada elit politik yang mengunjunginya. Malah, tokoh nasionalis nonmuslim seperti Chris Siner Keytimu dan Jopie Lassut-lah yang menengoknya. Perihal keharusan para politisi untuk tidak menggunakan agama atau jargon-jargon agama sebagai alat politik, jauh-jauh hari juga sudah diingatkan oleh Jalaluddin Rakhmat (1998: 66), “Para tokoh politik jangan membawa-bawa agama, atau bahkan nama agama, untuk kepentingan politik.”

Bila Hamzah Haz memang menggunakan ajang “Silaturahmi dan Ukhuwah Islamiah” sebagai alat politik, maka sejarah akan terulang. Dalam perspektif agama dan politik, idiom-idiom agama telah dijadikan alat yang *powerful* dalam mempengaruhi opini publik dan dukungan politik. Ini merupakan kenyataan klasik pada budaya komunikasi politik di Indonesia, sebagaimana diulas oleh Khaidir (2002):

Secara budaya, mungkin agama sebagai salah satu basis ideologi politik perlu diwacanakan dan dikampanyekan sebagai spirit kultural. Sebuah asumsi yang menyatakan bahwa agama tidak selayaknya menjadi instrumen politik. Agama sebaliknya perlu hadir menjadi spirit dan nilai bangunan sosial kebudayaan. Dengan asumsi ini diharapkan agama tidak

diselewengkan menjadi alat kekuasaan. Dengan kata lain, tidak sebaiknya dilakukan oleh siapa pun, karena masyarakat politik di Indonesia masih ideologis dalam memandang agama, maka agama dijadikan inspirasi kepentingan politik sekedar untuk meraih suara konstituen politik.

Tidak mengherankan bila Habib Husen Alhabsyi menuding Hamzah Haz menggunakan agama sebagai alat politik, karena Haz menggunakan alasan yang sangat Islami dalam keterangannya di hadapan media massa. Eggi Sudjana sebagai Anggota Dewan Pakar PPP, yang juga mendampingi Hamzah Haz pada kunjungan itu, menangkis tuduhan-tuduhan tersebut. Eggi Sudjana mengumpamakan kunjungan Haz bagaikan kunjungan panglima perang Islam era Perang Salib, Saladin (Salahudin Al-Ayyubi), ke Raja Richard (Richard Lionheart, panglima perang Salib yang mewakili pihak Kristen) yang terbaring sakit. Eggi Sudjana (2002) melukiskan analog ini sebagai berikut:

Hamzah memang bukan Salahudin, Ja'far juga bukan Richard. Tapi dalam konteks kenegaraan saat ini, Hamzah adalah pihak yang berada di singgasana kekuasaan yang menentukan merah hijaunya situasi – sebagaimana halnya Saladin saat itu, yang notabene menguasai medan pertempuran. Sementara, Ja'far adalah pihak yang “terkalahkan” sebagaimana posisi Richard saat itu. Karenanya, meski tidak pas betul, kunjungan Hamzah ke Ja'far bisa diibaratkan kunjungan Salahudin ke Richard. Sebuah kunjungan yang penuh dengan nuansa kemanusiaan, silaturahmi, dan yang terpenting, kunjungan seorang Muslim lainnya yang sedang tertimpa musibah.

Bila demikian maksud yang terkandung dalam kunjungan tersebut, kembali kita harus bertanya, “mengapa nilai-nilai luhur Silaturahmi dan Ukhuwah Islamiah ini baru dipraktikkan sekarang?”

Media Massa sebagai Panggung Pertunjukan

Ketika Goffman (1959) merumuskan *impression management* sebagai “*process by which people in sosial situation manage the setting and their dress, words and gestures to the correspond to the impression*”, maka media massa menjadi panggung pertunjukan diri aktor politik dalam masyarakat modern. Deddy Mulyana (1999: 90) menjelaskan, “Pengelolaan kesan lewat televisi khususnya, baik melalui pemberitaan, acara khusus, atau bahkan iklan, sangatlah penting, karena televisi dapat melipatgandakan pengaruh *impression management* ini.” Melalui media massa, para aktor politik lazim memainkan peran, seraya berusaha membentuk citra diri tertentu di hadapan publiknya.

Kesuksesan para politisi dalam membentuk citra diri melalui media massa ini pun secara luas dikenal di Amerika dan beberapa negara Eropa, seperti Inggris dan Perancis. Brian McNair (1999) menyebutkan, beberapa politisi yang sukses menanamkan “*image*” tertentu melalui media massa, yang secara profesional dilakukan oleh para manajer komunikasi politik dan *public relation officer*-nya. Misalnya saja, mantan PM Inggris Margaret Thatcher dari Inggris yang terkenal dengan julukan “*Iron Lady*”, mantan Presiden Amerika Serikat Ronald Reagan dikenal sebagai “*nice guy*” nan tampan dan menyenangkan namun tegas dan keras terhadap musuh kebebasan. Mantan presiden AS lainnya, Bill Clinton, bercitra diri muda, bersemangat dan radikal—ini kontras dengan lawannya dari Partai Republik, George Bush, yang tua dan konservatif (dalam Mulyana, 1994 : 90). Semenjak kehadirannya, televisi dengan sengaja dijadikan alat yang *powerful* oleh tim *Public Relation* (PR) dan manajer komunikasi di organisasi-organisasi politik atau kandidat-kandidat partai politik mereka.

Dalam pentas politik di Indonesia, pembentukan citra diri melalui media massa lazim dilakukan. Teknik mistifikasi ala Soeharto pada setiap tayangan dirinya di televisi, semasa masih

berkuasa, sangat populer dikenal sebagai usaha menanamkan kewibawaan politis dan jarak sosial yang tegas kepada khalayak atas dirinya. Ini tercermin melalui *angle* kamera dan formalitasnya yang cenderung berlebihan di setiap “Liputan Khusus” TVRI, yang wajib juga disiarkan oleh televisi swasta lainnya. Teknik pengelolaan kesan ini terbukti efektif menanamkan citra Soeharto sebagai “*the untouchable man*” dalam kancah politik Indonesia selama lebih dari tiga dasawarsa. Eep Saefulloh Fatah melukiskan citra mendalam tentang Soeharto ini yang dirangkumnya dari berbagai sumber:

Pertama, Presiden Soeharto adalah seorang Presiden yang tidak terlampau suka bicara di depan umum dan dalam banyak kesempatan lebih suka membiarkan para pembantunya berhadapan dengan pers. Presiden Soeharto juga lebih menyukai diam daripada menanggapi kritik yang diarahkan kepadanya, baik langsung maupun tidak langsung. Lebih dari segalanya, Presiden Soeharto lebih banyak tersenyum, dan banyak hal tentangnya diselimuti oleh “kerahasiaan”. Bisa dimengerti apabila Marshal Green, mantan Duta Besar Amerika Serikat, yang bertugas di Indonesia saat transisi dari kepemimpinan Soekarno ke Soeharto, membandingkan keduanya sebagai: “... Soekarno yang keduniawian, flamboyan, megalomaniak, dan Soeharto yang tenang, praktis, tersenyum, dan agak enigmatik, serta tidak mempunyai pretensi internasional. Boleh jadi kesemua hal yang melekat pada Soeharto ini kurang memuaskan kedahagaan banyak pengamat politik yang lebih menyukai “kenikmatan” menelaah pemimpin yang meledak-ledak dan kontroversial, sebagaimana Soekarno.”

Kedua, Presiden Soeharto, seperti kebanyakan orang Jawa, amat menyukai penggunaan simbol-simbol. Pemikiran, perkataan, bahkan perbuatan Presiden Soeharto banyak dijalankan dengan simbol-simbol. Boleh jadi hal ini menyulitkan para analis luar negeri yang sulit berempati dan asing dengan kebudayaan yang melingkupi sikap dan tingkah laku

Soeharto itu.

Ketiga, Presiden Soeharto bukanlah seorang pemimpin yang tergila-gila dengan publisitas. Ia amat dekat dengan ungkapan Jawa yang populer: *sepi ing pamrih rame in gawe* (Fatah, 2000: 64-65).

Pola yang sama cenderung dilakukan juga oleh manajemen komunikasi politik ala Megawati melalui aksi “diam”-nya. Padahal, menurut Charon (1979: 127) dalam telaah interaksi simboliknya, “*Social action is acting with others in mind that means there is usually some attempt to communicate something to the other, even though that attempt may be quite subtle ... whenever we are around others, we are intentionally communicating something to them.*”

Dalam konteks komunikasi, diam pun dapat mengandung banyak makna. “Diam”-nya Megawati, oleh beberapa kalangan, dinilai sebagai ketidakmampuan, kegamangan, juga ada yang memaknainya sebagai simbol kebijaksanaan dan kewibawaan sebagaimana halnya Soeharto. Herannya, dalam kesempatan yang mengharuskan Megawati untuk *speak out*, Megawati tetap “asyik” dengan kebungkamannya.

Bila komunikasi verbal ataupun nonverbal memang dijadikan alat oleh para politisi untuk mencari pengaruh, maka Hamzah Haz melalui komunikasi politiknya berusaha melakukan *impression management* guna membangun kekuatan politik atas diri dan partai yang dipimpinya, yaitu Partai Persatuan Pembangunan (PPP). Dalam perspektif komunikasi massa, Haz telah sukses membentuk agenda media massa atas dirinya. Ini terbukti dengan wacana media massa cetak yang berlangsung sejak tanggal 7 Mei 2002, saat “*bezoek politik*”-nya dilakukan, sampai tanggal 20 Mei 2002. Tiga belas hari setelah “*bezoek politik*” Hamzah Haz menghebohkan dunia politik dalam negeri, manuver politik tersebut masih menjadi topik bahasan di harian *Kompas* dan *Republika*.

Aksi Hamzah Haz tidak berhenti sampai di situ. Pada tanggal 29 Mei 2002, secara demonstratif Hamzah Haz mengunjungi tokoh Islam lain, yang dituding sebagai dalang terorisme, Abu Bakar Baasyir, di Pondok Pesantren Al-Mukmin, Ngruki

- Sukoharjo (lihat *Republika*, 30 Mei 2002: 10). Kunjungan ini pun “mengesankan” publik bahwa Hamzah Haz menyadari betul akan efek pemberitaan yang besar terhadap aksi politiknya sebelum ini, yang telah sukses membentuk wacana dan disebut Abdullah (2002) sebagai, “Hal yang diperlukan oleh kekuasaan.”

Berhasilkah manuver politik Hamzah Haz dalam mempengaruhi opini publik dan keputusan-keputusan politik di negeri ini? Sukseskah Hamzah Haz meningkatkan dukungan politik atas diri dan partai politiknya, atau sebaliknya? Sayang sekali, belum diadakan *polling* akurat atas manuver Hamzah ini. Mampukah Hamzah Haz menyaingi popularitas komunikator politik simbolik lainnya, seperti Gus Dur dan Megawati? Perlu waktu untuk mengetahuinya. Namun, yang jelas, bulan Juli lalu, tepatnya Kamis tanggal 25 Juli 2002, Ja’far Umar akhirnya dibebaskan dari segala tuduhan. Dalam agenda media massa pun, Hamzah Haz semakin sering “dibidik” kamera wartawan. Sepertinya, kalangan media kini justru sedang menunggu, siapa giliran tokoh berikutnya yang akan di-*bezoek* oleh Hamzah Haz?

Pada sisi yang lain, kubu Hamzah Haz pun tidak boleh melupakan satu hal. Yaitu, bahwa manuver politiknya yang dinilai “nekad” oleh beberapa kalangan, justru dapat menjadi bumerang baginya di kemudian hari. Bila tujuan akhir Hamzah Haz adalah menjadi presiden, maka manuver Haz bisa berakibat lebih fatal lagi. Karena, dijamin, Hamzah Haz tidak akan memperoleh dukungan internasional secara politis, terutama dari Amerika Serikat dan sekutunya. Bagaimanapun, situasi internasional pascatragedi WTC, dunia internasional (terutama Barat) sedang “sensitif” terhadap gerakan dan kelompok yang dipandang radikal, ekstrim, apalagi bila dicap teroris. Hal ini setidaknya harus dipertimbangkan oleh Hamzah Haz dan kubunya, jika masih menginginkan dukungan internasional. Kubu Hamzah Haz kiranya perlu menerapkan pernyataan Gabriel Almond (1973), sebagaimana dikutip Soengeng Sarjadi secara komprehensif:

Pemimpin-pemimpin yang besar adalah pendiri koalisi yang besar. Oleh sebab itu, mereka

harus melakukan koalisi berupa tindakan-tindakan, seperti melakukan pendekatan kepada para jenderal yang pro-demokrasi, menganjurkan aksi tanpa kekerasan, merebut peluang untuk menyatakan oposisi terhadap rezim, dan terakhir, membina hubungan dan membangun legitimasi internasional (melalui media massa, organisasi-organisasi hak asasi manusia, organisasi-organisasi transnasional seperti organisasi keagamaan, dan lain-lain). (Sukardi, ed., 1998: 255-556)

Bila upaya ini tidak dilakukan, Hamzah Haz akan terus mem-“*bezoek-ria*” pihak-pihak yang dalam pandangan kubunya “terpinggirkan”, guna menggalang kekuatan politik—dengan mengabaikan kemungkinan dukungan dan legitimasi internasional atas diri dan kubu politiknya, seperti dalam pepatah, “Anjing menggonggong, kafilah berlalu”. *Wallahu a’lam.* 

Catatan kaki:

¹ Menurut Ardianto, istilah lengser dari frase “lengser keprabon” kurang tepat, karena “lengser” artinya bersifat turun sementara, sedangkan ‘leseh’ adalah turun selamanya.

² *Bezoek politik*, meminjam istilah anggota DPR, Saleh Abdullah.

Sumber Bacaan

- Abdullah, Saleh. 2002 “Bezoek Politik,” *Republika*, 15 Mei 2002.
- Charon, Joel M. 1979. *Symbolic Interaction an Introduction, an Interpretation, an Integration*, Englewood Cliffs. Prentice- Hall.
- Fatah, Eep Saefulloh, 2000. *Pengkhianatan Demokrasi ala Orde Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, New York: Doubleday.
- Goffman, Erving, 1963. *Stigma*. New Jersey: Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- Lesmana, Tjipta. 2002. “Komunikasi Politik Hamzah Haz,” *Kompas*, 20 Mei 2002.

-
- Khaidir, Piet H. 2002. "Signifikansi Masyarakat Politik Pragmatis," *Kompas*, 20 Mei 2002.
- Massardi, Adhie M. 2002. "Samudra Sukardi dan Racun Orba," *Kompas*, 20 Mei 2002.
- McNair, Brian. 1999. *An Introduction to Political Communication*. Edisi ke-2 London: Routledge.
- Mulyana, Deddy. 1999. *Nuansa-Nuansa Komunikasi: Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 1999. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media*. Penerj. Tjun Surjaman. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1998. *Catatan Kang Jalal: Visi Media Politik dan Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rinangkit, Sukardi (ed.). 1998. *Drama Politik tanpa Skrip: Menelusuri Pemikiran Soegeng Sarjadi*. Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Subarkah, Muhammad. 2002. "Manuver Angin Hamzah," *Republika*, 13 Mei 2002.
- Sudjana, Eggi. 2002. "Makna Kunjungan Hamzah Haz kepada Ja'far Umar," *Republika*, 14 Mei 2002.
- Soekanto, Soerjono. 1997. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tubbs, Stewart L. dan Sylvia Moss. 1996. *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Buku Kedua. Terj.: Deddy Mulyana & Gembirasari. Bandung: Remaja Rosdakarya.