



# Iklan 'Kenakalan Politik'

Sumbo Tinarbuko

## KEDAULATAN RAKYAT

29 Januari 2014

**HAMPIR** setiap hari, harian *Kedaulatan Rakyat* dan media massa cetak lainnya berlomba mewartakan penertiban alat peraga kampanye (APK) yang melanggar aturan KPU No 15/2013. Satpol PP menjadi eksekutor untuk menurunkan dan menyita APK berdasar rekomendasi temuan Panwaslu.

Penertiban APK yang bertubi-tubi, ternyata tidak berbanding lurus dengan pengurangan pelanggaran di ruang publik. Pada titik ini, peribahasa mati satu tumbuh seribu seakan mendapatkan permakluman atas kenakalan politik yang dilakukan parpol dan caleg panik dalam rangka meroketkan aspek elektabilitas dirinya.

Sejatinya, iklan politik dihadirkan sekadar menjadi alat bantu untuk membantu mendekatkan gagasan dan karya nyata sang caleg pada masyarakat calon pemilih. Tetapi dalam Pemilu 2014 ini, keberadaan iklan politik menjadi salah kaprah. Ia diposisikan bagaikan tokoh fiksi Superman yang mampu mengatasi segala-galanya terkait dengan komunikasi politik.

Karena para caleg instan terjerumus dalam *Superman syndrome*, maka cara mereka kampanye hanya mengandalkan pemasangan APK berbentuk iklan luar ruang. Realitas sosial di lapangan menilai, cara kampanye semacam itu kurang efektif. Belum lagi tampilan komunikasi visual atas desain APK mendorong matinya ilmu komunikasi visual di ranah industri kreatif iklan luar ruang.

Selain kurang efektif, cara kampanye mengandalkan pemasangan APK memunculkan dampak visual tidak terkendalinya taburan sampah visual iklan politik di ruang publik. Akibat lainnya, sebagian warga mulai resah.

APK yang cenderung menjadi sampah visual iklan politik, biasanya berwujud: rontek, spanduk, poster, stiker, baliho caleg dan bendera parpol yang ditebarkan di ruang publik. Tebaran sampah visual iklan politik secara visual diyakini *nyepeti* mata. Hal itu menjadi bukti visual keputusan para caleg yang tidak punya gagasan jitu saat memajukan dirinya menjadi calon anggota legislatif.

Bagi para caleg miskin gagasan, kampa-

nye pemilu harus dilakukan lewat ritual promosi. Aktivasinya diawali dengan belanja media iklan luar ruang dan menancapkannya dalam bentuk APK di ruang publik yang dianggapnya strategis. Para caleg pun berkeyakinan, tanpa menjalankan ritual promisi, namanya bukan kampanye. Sementara itu, sebagian besar warga masyarakat mulai mempromasalahkan cara kampanye caleg yang miskin gagasan. Warga masyarakat menilai, pendapat caleg semacam itu semakin menegaskan pada calon pemilih, ternyata lewat tebaran APK, banyak terlihat kampanye caleg yang tidak berkualitas.

Data di lapangan menyatat, ketika caleg hanya mengandalkan iklan politik yang direpresentasikan dalam bentuk APK tanpa mau berbaur dan menyatu dengan calon pemilihnya. Dapat dikatakan, caleg tersebut membuat jarak komunikasi dengan warga masyarakat yang akan diwakilinya. Dengan demikian, caleg sengaja melakukan bunuh diri politik.

Lalu, apa yang seyogianya dilakukan warga masyarakat atas kenakalan politik dan

keegoisan parpol, caleg dan tim sukses yang menduduki ruang publik demi memasang APK? Secara sosial, warga masyarakat berhak mengingatkan para caleg dan parpol. Saat kampanye harus mengedepankan kampanye yang ramah lingkungan, ramah visual serta ramah pada calon pemilih.

Jika kesantunan berkampanye tidak diindahkan, jangan harap parpol dan caleg penegar sampah visual iklan politik akan mendapat simpati masyarakat. Dalam konteks ini, masyarakat semakin cerdas memilih siapakah caleg yang berkualitas untuk dipilih dan siapakah caleg yang kualitasnya abai-abai, egois dan nakal.

Pertanyaannya, sanggupkah pemerintah mengatur keberadaan iklan politik yang difungsikan sebagai alat peraga kampanye di ruang publik? Haruskah masyarakat yang bertanggung jawab membersihkan tebaran sampah visual iklan politik di ruang publik?

*(Penulis adalah Dosen Komunikasi Visual ISI Yogyakarta dan Relawan Komunitas Reresik Sampah Visual)-f*