

Komunikasi "Blusukan" di Kenaikan Harga BBM

KENAikan harga bensin (premium dan solar) atau bahan bakar minyak (BBM) lainnya kini menuai sengatan dan gigitan (aksi) dari berbagai kalangan. Di awal masa pemerintahannya, Jokowi mengukuhkan kepemimpinan otoritatifnya.

Otoritas kepresidenan memang suatu perangkat dalam kelembagaan politik. Sebab, bagaimana jadinya jika seorang presiden tidak punya kebijakan. Dari sanalah, kredibilitas seorang pemimpin diukur. Tulisan ini hendak menyoroiti ihwal "omongan" presiden yang berisi kebijakan, yang dikemas di adonan komunikasi politik.

Komunikasi presidensial

Ketika seorang presiden duduk di kantornya, umumnya ia tidak perlu lagi merayu-rayu rakyat. Ia kini disebut pemilik otoritas, untuk omong begini dan begitu atas nama rakyat. Omongan presiden akan disembah sebagai perintah agar tidak kualat.

Akan tetapi, kini orang menuntut presiden harus menyediakan waktu memersuasi di dalam merencanakan kerjanya. Ia harus memperhatikan banyak pihak dan pikiran agar diterima. Ia butuh legitimasi saat bertindak. Di balik omongan presiden, menurut Scott & Lyman

(2000), diasumsikan ada berbagai peran (*roles*), tujuan, obligasi, dan tanggung jawab terhadap rakyat. Hal ini sering kali dipahami sebagai referensi seorang presiden ketika memiliki *intentions and interests* di dalam politik kebangsaan dan kenegaraannya. Artinya, ada konteks ketika ia berkomunikasi politik. Banyak analisis menunjuk komunikasi presidensial itu bergayut pada lingkup kultural.

Dari mana konteks itu datang, dan bekerja. Apakah ia sedang digrogoti konteks kultur presidensial selama ini, atau apa memang ia sedang nyeleneh dari pakem kultur.

Mengubah kultur

Kultur politik meracik komunikasi politik ke dalam berbagai dimensi. Dalam hal politik, Gabriel Almond (1960), misalnya, menyebut racikan struktur komunikasi terpola. Ada struktur komunikasi yang berlangsung secara personal, dan informal, di banyak tempat *ngariung* seperti warung kopi. Ada struktur komunikasi tradisi sosial, yang terpola dalam keluarga dan relasi antar-orang seadad dan sekampung. Ada struktur komunikasi "keluaran" (*output*) dari kelembagaan formal semacam parlemen dan birokrasi, dalam dimensi yang dipenuhi stan-



Septiawan Santana K

Pengajar Komunikasi Fikom Unisba

dar mekanisme undang-undang. Ada struktur komunikasi yang bergaung dari "masukan" (*input*) politik berbagai kelompok di luar parlemen dan pemerintahan, seperti organisasi serikat buruh, kelompok kepentingan, dan partai-partai politik. Dan terakhir, ada struktur komunikasi media massa, yang memiliki cuatan informasi yang memengaruhi diskursus publik.

Dalam hal Indonesia, meski tidak terlalu persis, bisa dialamatkan pada realitas komunikasi politiknya. Dan kasus kebijakan kenaikan harga BBM, lewat komunikasi presidensial, mengarah pada gejala perubahan kultur.

Indikasinya, misalnya, terlihat dari gaya otoritatif dengan latar persuasif yang kuat. Aura "blusukan" dipakai untuk memutus rantai "ketakutan" pada gejolak menentang kenaikan BBM. *Status quo* seakan dipancarkan. Namun, dengan materi dan implikasi kebijakan yang

bukan *status quo* biasa. Ia tidak memprerogatifkan seramnya "dekrit" atau "undang-undang darurat". Ia hanya mematok perkara yang lama jadi momok para presiden: ihwal "subsidi BBM" yang memakan bujet APBN.

Ia tampil langsung, tanpa perantara, mengumumkan kebijakan. Hal ini mematahkan gaya tameng komunikasi yang biasa dipakai. Ia tidak jerih. Ia *ngagayem* berbagai peran, tujuan, obligasi, dan tanggung jawab kepresidenan tanpa *hareueung*: ketika mengumumkan kenaikan harga BBM, secara "*vis-avis*", kepada rakyat.

Namun, yang jadi pertanyaan, apakah perubahan komunikasi presidensial tersebut gayung bersambut dengan kultur.

Gaya blusukan memang dinilai punya resonansi dengan struktur komunikasi informal masyarakat. Fenomena arus bawah, reorientasi di pucuk-pucuk elite politik, plus

kekuatan relawan di sebagian kalangan menengah, bersauh ke pola komunikasi politik blusukan.

Berbagai keluarga di berbagai pedukuban seperti terwakili ketika media menyosokkannya kala menjelang pelantikan, dan sesudahnya. Kebersahajaannya seakan hadir akrab di ruang keluarga, atau di rapat-rapat RT dan kecamatan.

Namun, seusai dengan kenaikan harga BBM, apakah kekuatannya tetap ampuh? Hingga sejauh manakah kalangan arus "miskin" kota dan daerah menyikapinya? Apakah masih tetap kuat imaji *ndeso*-nya bila dihadapkan dengan kenaikan harga bahan pokok? Khususnya, di awal kenaikan daya beli, sebelum pranata dan infrastruktur ekonomi bergerak disuntik "alih" subsidi BBM.

Dalam kondisi masyarakat tengah galau, antara *bogoh tapi lieur ku harga-harga nararaek*, tentu saja berbagai kalangan akan memanfaatkannya. Para aktor politik, atau "setengah" aktor, di kalangan parlemen mulai *krasak-krusuk*. Kericuhan "pro dan kontra" argumen politis mulai dihitung sebagai target. Pun di kalangan birokrasi: yang masih enggan mengikuti gaya kerja blusukan di garis instruksional presidensial. Mereka akan bekerja dengan perasaan "mundur kena maju kena". Di

sinilah, diuji coba gaya "blusukan-otoritatif" komunikasinya: apakah akan jadi barang "difusi-inovatif", atau pecah berderak-derak.

Tantangan lain muncul dari kalangan luar parlemen dan pemerintahan. Kini, para buruh yang "berserikat", maupun "pesanan", telah berteriak-teriak. Di kalangan partai politik, mesti dalam pelobian yang intens dan kontinu, tentu tengah melirik bandul politik bergerak. Hal ini pun akan menguji keampuhan gaya "otoritatif-blusukan" komunikasinya.

Media pun (baik yang massa atau sosial) sudah pasang kuda-kuda: mendengarkan pergulatan politik di struktur gaya, materi, dan efek komunikasi yang ditularkannya. Para pemilik, dan pekerja media, siap menyiarkan siapa berkata apa ihwal efek kenaikan harga BBM. Bagaimana struktur komunikasi "otoritatif" ber-"blusukan" di aksi, respons, dan tanggapan.

Lepas dari itu semua, gambaran kemungkinan tersebut tentu saja hanya berada dalam analisis yang "serbajangan-jangan". Jangan-jangan begini, jangan-jangan begitu: dari gaya presiden berkomunikasi "kebijakan" politik, di soal yang kerap bikin jerih beberapa presiden, di soal genting kenaikan bensin dan solar.***