

Debat Publik Sesuai Prokes, Perlakuan Setara dan Partisipatif



Jakarta, kpu.go.id – Tahapan kampanye Pemilihan Serentak 2020 berlangsung sejak 26 September 2020 dan akan berakhir hingga 5 Desember 2020. Didalamnya terdapat debat terbuka dan penayangan iklan kampanye. Pada masa ini tiap paslon juga diharapkan dapat menyebarluaskan profil, visi misi dan program kerja kepada masyarakat dengan tetap memerhatikan protokol kesehatan (prokes).

Hal tersebut disampaikan Anggota KPU RI I Dewa Kade Wiarsa Raka Sandi, saat membuka diskusi virtual (webinar) bersama *stakeholder*, peserta pemilihan dan juga masyarakat, Jumat (6/11/2020). Pria asal Pulau Dewata berharap melalui kegiatan ini akan memperkuat sosialisasi dan koordinasi agar tercipta satu kesamaan persepsi dalam pelaksanaan tahapan kampanye yang aman dan sehat.

“Terutama penerapan protokol kesehatan, semua harus bisa memahami tujuannya meminimalisir potensi penularan Covid-19. Seperti pelaksanaan pembatasan tim kampanye paslon yang hadir, KPU juga memberikan perlakuan setara kepada seluruh paslon dan disiarkan oleh media elektronik TV. Durasi waktu 120 menit

dengan 90 menit acara inti debat dan 30 menit iklan, jika lebih dari 3 paslon bisa 150 menit dengan 120 menit acara inti debat dan 30 menit iklan,” papar Dewa.

Dewa juga menjelaskan, KPU memfasilitasi iklan kampanye paslon di media cetak dan elektronik (TV dan Radio). Iklan kampanye tersebut dapat tidak ditayangkan oleh KPU atau menjadi sanksi bagi paslon apabila paslon yang tidak hadir dalam debat tanpa keterangan yang jelas. Sementara untuk iklan kampanye di dalam jaringan (daring) dan media sosial difasilitasi oleh masing-masing paslon sesuai aturan dalam 14 hari masa iklan kampanye. KPU berharap paslon memanfaatkan media sosial untuk berkampanye, sehingga dapat meminimalisir berpotensi kerumunan massa.

Sementara itu, Anggota Bawaslu Mochammad Afifuddin memaparkan hasil pengawasan terhadap pelaksanaan kampanye yang belum banyak berubah dan masih banyak paslon meminati metode tatap muka, belum mengarah ke media sosial dan daring seperti yang diharapkan oleh KPU. Pemberitaan yang adil dan proporsional juga sering diperdebatkan, misalnya ada paslon yang diusung partai besar pemberitaannya lebih intens dibandingkan yang lain.

“Penting juga adanya improvisasi di lapangan. Seperti dalam debat publik, harus ada LO tim kampanye paslon yang mampu meredakan ketegangan, seperti pada Debat Pilpres 2019 yang lalu. Terkait moderator, jangan sampai terkesan membuat gerakan atau menunjukkan jari tertentu yang menggambarkan nomor urut salah satu paslon, karena ini menjadi sensitifitas. Terkait iklan kampanye, jumlah penayangan dan durasi juga harus sama, serta dalam debat harus dipastikan bebas dari iklan selain yang diatur dalam UU,” tutur Afifuddin.

Pada kesempatan yang sama, Pakar Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Effendi Gazali mengkritisi debat politik dalam pemilu dan pemilihan. Debat yang harus meriah dan seperti sebuah pertunjukan itu justru mengurangi waktu

debat, namun masa pandemi ini justru mengembalikan marwah debat yang sesungguhnya. Debat sebagai ajang kehormatan mencari pemimpin terbaik, seyogyanya tidak diselingi iklan, sehingga publik lebih fokus pada debat. Pertanyaan-pertanyaan debat juga harus tidak diberikan kepada peserta dan moderator siapapun tidak perlu dipersoalkan.

Turut memberikan pendapatnya, Anggota Komisi Informasi Pusat (KIP) Arif Adi Kuswardono meminta para paslon juga memahami regulasi soal penyampaian informasi, seperti ITE, Pers dan Penyiaran. Hal itu penting mengingat penyampaian informasi yang dilakukan di media sosial itu juga berhubungan dengan ITE, apalagi kampanye sekarang lebih mengarah ke media digital. Paslon wajib menyampaikan informasi yang akurat dan terpercaya, apalagi jika itu disampaikan langsung ke publik atau informasi langsung terbuka.

Hadir dalam webinar tersebut salah satu perwakilan platform media sosial yaitu Facebook Indonesia, Noudhy Valdryno, yang mengungkapkan hal-hal yang sudah dipersiapkan Facebook Indonesia. Antara lain mempermudah masyarakat pengguna Facebook menyuarakan ekspresinya, mempersulit pihak-pihak yang tidak berkepentingan untuk mengintervensi, dan menjaga standar komunitas Facebook pada lebih dari 1 miliar konten yang harus dipastikan kemasannya. (hupmas kpu riarf/foto: webinar/ed diR)