

Persepsi mencatur kemenangan

KU HASNAN KU HALIM

Apakah pihak yang terlibat memilih untuk menang pertempuran kecil tetapi kalah dalam peperangan besar ataupun memilih untuk menang dalam peperangan besar tetapi kelihatan seolah-olah kalah dalam pertempuran kecil? Dua senario berbeza tetapi sedikit sebanyak mampu mengukir babak-babak dalam sejarah dan bakal mencipta catatannya tersendiri.

Jika kita membaca surat khabar arus perdana dan menonton berita televisyen, tidak banyak berita kebaikan yang kita peroleh mengenai Pakatan Harapan (Harapan). Begitu juga jika kita membaca akhbar online *Harakahdaily* atau *Malaysiakini*, tidak banyak kebaikan tentang Barisan Nasional (BN).

Kedua-duanya menggunakan pendekatan yang sama untuk mencari pengaruh dan mempengaruhi orang ramai bagi mempercayai berita masing-masing.

Konsep pemilihan parti politik dan pemimpin telah berubah

dengan ketara sejak pilihan raya pada 1999. Jika dahulu parti menjadi dominan untuk pengundi membuat keputusan, kini manifesto, personaliti dan manipulasi kerencaman sosial menjadi lebih dominan.

Ia berubah kerana konsep philanthropy telah berkembang menjadi politik baharu di Malaysia. Isu etnik dan agama amat berpengaruh dan berakar umbi dalam masyarakat. Ramalan demi ramalan yang menyatakan BN akan menang besar dalam pilihan raya umum akan datang tidak dapat dipastikan secara tepat.

Kemenangan mana-mana pihak ditentukan oleh pengundi yang semakin terdedah kepada maklumat dari media sosial yang memiliki pengaruh besar ke atas manipulasi persepsi. Jika dilihat daripada peratusan untuk BN dan Harapan dalam pilihan raya lalu, keadaan tidak banyak berubah. Rumusan paling sesuai ialah kedua-dua pihak harus bekerja lebih kuat untuk menang.

Semakin hampir tarikh pilihan raya, semakin riuh perang persepsi. Ditambah lagi dengan pengaruh

media sosial yang boleh dicapai di mana-mana sahaja pada setiap masa. Namun pengaruh media elektronik dan massa semakin mengecil dan kelompok muda tidak berminat untuk mempercayai maklumat yang disediakan.

Perang persepsi menentukan parti mana yang akan dipilih oleh pengundi. BN telah menggunakan pendekatan membina persepsi 'baik' dalam kalangan pengundi dan mahu dilihat sebagai sebuah kerajaan yang mesra rakyat dan pro rakyat.

Peringkat orang awam, mengetahui maklumat khususnya persepsi terhadap parti politik melalui media sudah mencukupi, tetapi bagi penyelidik dan penganalisis politik, mereka perlukan lebih banyak maklumat yang menepati keputusan sebenar.

Justeru, kajian besar-besaran diperlukan supaya hasil dapatan adalah hampir kepada keputusan sebenar. Fakta daripada kajian seperti inilah yang menjadi pilihan penganalisis politik untuk menentukan kecenderungan memilih pengundi dalam pilihan raya akan datang

dan tidak bergantung kepada undi popular atau kesukaan orang ramai terhadap mana-mana parti politik.

Isu yang menjadi kegemaran Harapan ialah isu polisi atau dasar yang menentukan hala tuju dan bentuk negara, di samping implikasi polisi ke atas kehidupan rakyat. Dalam ceramah mereka pun, isu-isu yang membuka minda menjadi pilihan untuk disampaikan kepada rakyat. Tambahan pula, isu ini berbekas di hati dan berupaya mempengaruhi pemikiran pengundi dalam tempoh yang panjang.

Dalam pertembungan kedua-dua pihak ini, kunci kepada kemenangan ialah membentuk kecenderungan ke arah parti masing-masing. Dalam mana-mana kerajaan, sebarang perubahan dalam polisi mestilah memberi kelebihan kepada mereka. Inilah yang sedang dilakukan.

Dalam pilihan raya, kemenangan tidak ditentukan oleh semua rakyat, sebaliknya pengundi yang berdaftar dan mengundi semasa pilihan raya.

Mesej lain yang dapat dikenal

pasti ialah rakyat sudah ada pilihan untuk menentukan siapa yang boleh menjadi kerajaan. Jika BN dapat menyelesaikan isu-isu dengan baik dan pro kepada tuntutan hidup rakyat, sokongan kepada mereka akan bertambah. Jika masih dengan takut lama, bermain 'tarik tali' dengan beberapa imbuhan dan insentif, Pakatan Harapan ada harapan untuk mengeksploitasi isu-isu keperluan hidup rakyat dengan sebaiknya.

Keupayaan sebenar ialah mempengaruhi persepsi pengundi dan pihak yang akan menang ialah yang berupaya menjadikan persepsi pengundi berada dalam mood yang terbaik.

** Penulis Pensyarah Kanan
Jabatan Pengajian Ilmu Sains Sosial
Pusat Pengajian Umum UTHM*