

Suwardi Endraswara*

Pemilu Legislatif DI Yogyakarta: Taktik Sengkuni, Estetika Semar, dan Wahyu Makhutarama

Abstract

Various tactics are used by legislative candidates in legislative elections in Yogyakarta Special Region, 2009. Various tactics can be analogous to the puppet stories that have a different unique characters like Sengkuni, Semar, and some bataras (read= god), like Batara Endra, Batara Surya, Batara Bahyu, and others. "Tactics Sengkuni" tend to be pragmatic and cunning, full of nuances of money politics. These tactics generally preferred by lower layers. "Semar Aesthetic Tactics" and "Tactics Makhutarama" (featuring the primacy of the Gods) is intended for middle-class voters and aristocratic, more express things ideal. Tactics are most effective among the three, depending on the character of the target voters. (Keywords: legislative elections, Sengkuni, Semar, Money Politics, Priyayi)

Pengantar: "Senggama" Politik, Estetik, dan Kapitalistik

*Jujur iku dadi prabot ing Pemilu
Resik uga ora
Apameneh dhemokratis
Para botoh kudu dagang kulak larang*

*Pileg iku saya bosok gawe ngelu
Kabeh naker rega
Tanpa isin nora lamis
Rakyat ngelak caleg ngoyak kursi bobrok
(dokumen Sarip, April 2009)*

Dua bait puisi tersebut saya peroleh dari pak Sarip, seorang pemain *jathilan*. Dia sering menjadi penthul, hingga gemar menulis puisi Jawa (*macapat*), sebagai iringan lagu *jathilan*. Apa saja dia tulis, sesuai momen, termasuk Pileg 2009 – yang menurut kacamata dia kurang bersih. Saya pun ikut mengiyakan, apabila dia menganggap Pileg di Yogyakarta kali ini jauh dari *bebas, demokratis, jujur, dan bersih*.

* Penulis adalah staf pengajar pada FBS Universitas Negeri Yogyakarta

Pak Sarip sendiri, ketika Pileg berlangsung harus mengantongi *iming-iming* dari tiga partai, ditambah lagi dari pemerintah yang sedang berjalan. Tiga partai yang terang-terangan membeselkan amplop panjang, yaitu Golkar, PPP, dan PKB. Kata pak Sarip, besaran amplop cukup lumayan, di atas 25 ribu. Baginya yang tergolong sebagai pemegang kartu gakin, uang sejumlah itu cukup lumayan. Ketika saya desak, lalu mencontrengnya bagaimana? “*Nggih manut ati kula. Lha niki kula nggih bar nampa BLT, kompor gas, menda nggih tau. Dados pokoke nggih waton nyontreng sing cocog kalih ati. Lha kabeh nggih menehi, tur kula butuh.*”

Sungguh layak, kalau pria berputera dua itu dalam suasana bimbang ketika nyontreng. Tampaknya, di sekeliling dia, nyontreng dengan model “jual beli”, siapa yang terbanyak, disontreng, amat memungkinkan. Maka, ketika njathil di bulan 29 Mei 2009, bertepatan dengan bersih desa, dia juga menggubah lagu lagi amat sederhana, tetapi nuansanya tetap menyentuh sendi-sendi pileg kita.

*Adhuh bingunge atiku bar nampa
Dhuwit sontrengan rasane njur lega
Aku wis lali pokoke milih
Anggger ra lali mring Gusti kang suci*

*Ayo pra warga bangkit mertu desa
Aja dha kamba le nyontreng sing tata
Dhemokrasine nggo nyenyeneng ati
Kabeh ja lali mring Gusti kang suci
(dokumen Sarip, Mei 2009)*

Apa pun fenomena yang muncul, tampaknya cukup mendorong kreativitas seniman lapangan. Pak Sarip yang tidak mengenyam pendidikan tinggi, sebagai petani cengkih, ternyata bisa berkarya cukup ekspresif. Dia berhasil memotret situasi Pileg, yang katanya bisa membuat bingung. Namun, yang menarik bagi dia, ternyata segalanya perlu disikapi dengan rasa *eling* kepada Tuhan. Tuhan adalah maha suci.

Entah salah siapa, ternyata memang Pileg 2009 telah menyisakan berbagai masalah bangsa. Pendewasaan rakyat terhadap pesta demokrasi, seakan semakin kandas, setelah dicoreng dengan sontrengan model bag-bagi dana. Apalagi, di wilayah pak Sarip juga ada partai lain, yaitu PDIP yang masuk ke RT, juga tiba-tiba memberikan “suntikan” 300 ribu. Uang ini, telah dibelikan kain geber (tutup), yang dipakai menutup jika ada pentas jathilan, orang punya hajat, dan membuat panggung bersih desa.

Rakyat telah dimanjakan. Dengan kucuran dana, entah untuk kolektif dan pribadi, tetap menciptakan potret buram demokrasi kita. Jika di masa orde baru, kata Husken (Antlov dan Cederroth, 2001:20-26) masyarakat semacam di-*screening*, digiring harus mencoblos Golkar, sekarang telah lari dari kungkungan itu. Namun, tidak berarti masyarakat bebas, melainkan kalau orde baru sang kapitalis ragu-ragu, di era reformasi sudah semakin *blak-blakan*. Bahkan ada anggapan, berani mencalonkan

diri sebagai caleg di Yogyakarta ini, harus *kandel bokonge* dan berani *cucul*, tidak *owel*.

Dengan multi partai, persaingan memang semakin tajam. Tiap satu suara, seakan telah dihitung dengan kalkulasi enolnya berapa. Masyarakat Yogyakarta, sebagian telah terkontaminasi dengan iklim keruh. Apalagi berhadapan dengan rakyat miskin, tentu semakin dibaca oleh “kapitalis gundul”, terang-terangan. Siapa yang sakunya tebal, kemungkinan besar yang akan menduduki caleg, terus-menerus, entah sampai kapan. Yang patut dicatat, keberhasilan kepemimpinan masa depan, seakan menunggu “senggama terbuka”, antara politikus, rakyat, dan kapitalis. Ketika rakyat mencoba berekspresi secara estetik, hanyut dalam politik praktis, lenyaplah mereka ditelan paham kapitalistik.

Pileg yang dikaitkan dengan istilah Jawa *ngelu* tampaknya bermakna *pileg* (influenza). Artinya, Pileg benar-benar melelahkan, menyebar virus materialistik, dan membuat orang pusing. Apalagi dengan hadirnya janji-janji jurkam yang semakin terang-terangan, seakan percaturan politik selalu identik dengan uang. Bahkan di kampung pak Sumarji, katanya, sempat beredar isu, satu coblosan tergantung nolnya berapa.

Pembiasaan *money politic* itu telah meracuni warga, hingga sebagian ada yang enggan mencoblos, jika tanpa ada uang dari caleg mana pun. Pada saat itu, rumor dan segala rebug di jalan, tempat ronda, tempat petan tuma, dunia kerokan, dan lain-lain muaranya pada kata-kata Jawa: “*Entuk pira?*” Kata-kata ini, yang saya perkirakan sebagai balas jasa mencontreng, jelas menodai demokrasi.

Jadi, Pileg di Yogyakarta tidak seperti biasanya, melainkan banyak riak-riak politik yang kotor. Saya cermati, seiring kemajuan teknologi dan informasi, Pemilu 2009 ini penuh strategi dan taktif untuk menarik perhatian konstituen. Betapa tidak, Yogyakarta sebagai kota budaya, warisan keraton, dan kawasan mistik kejawen telah dibidik dan dipoles oleh para caleg untuk menggalang simpatisan menurut cara-cara yang kurang bermartabat.

Saya katakan demikian, sebab ada semacam pemaksaan, tawar-menawar, penggiringan, intimidasi kecil, yang ujung-ujungnya pada materi. Berbagai jurus mereka lakukan, yang telah menciptakan suasana Pileg itu riuh. Lebih dari itu, di sana sini orang semakin terjepit pada kubangan budaya Jawa: *ewuh pekewuh*. Maksudnya, kalau sudah diberi sesuatu, jika tidak mencontreng partai pemberi, menjadi tidak enak. Padahal, ada yang menerima lebih dari tiga partai, sehingga rasa tidak enak selalu menggores hati masing-masing pemilih. Tentu saja, tidak seluruh kontestan berjiwa materialis, begitu pula pemilihnya.

Dari berbagai pesan yang diusung oleh komunikator, kader, dan media meraih sukses, setelah saya renungkan ternyata muaranya mengikuti tiga taktik utama, yaitu: (1) taktik *Sengkuni*, (2) gaya estetika *Semar*, dan (3) *Wahyu Makutharama*. Ketiga taktik metaforik ini, tampaknya yang mewarnai percaturan Pileg yang melelahkan itu.

Pileg Gaya Sengkuni

1. Bertopeng Tradisi dan Berpayung Agama

Ada sebuah cerpen berjudul *Sang Kuni* karya Tan Tjin Siong (2003). Karya ini telah dimuat di *Memorandum* (1997). Intinya, cerpenis jelas mengidentikan tokoh Sengkuni dengan Sang Kuni (tokoh) yang akan diangkat sebagai direktur perusahaan. Menurut cerpenis, figur Sang Kuni lebih cocok menjadi pemimpin saat ini. Di bawah ini kutipan deskripsi apa dan siapa Sang Kuni menurut pandangan cerpenis.

Menjadi kebiasaan Sang Kuni, bila diajak bicara, ia makin nyerocos. Seakan-akan tidak ada yang bisa menghentikan bicaranya. Ada keistimewaan yang dimiliki Sang Kuni, bila berbicara sering menghanyutkan yang diajak bicara. Tak jarang yang menangis kalau cerita sedih, dan tertawa terpingkal-pingkal bila cerita lucu. Sejak itu Sang kuni kemana-mana 'menjual omongan'. (hal. 112)

Saya memandang cerpenis Cina itu telah paham genetika dan profil Sengkuni di Jawa. Figur Sengkuni memang julig, artinya cerdik, yang serba hendak menguntungkan diri sendiri atau golongannya. Luar biasa taktik Sengkuni itu. Kata-kata manis selalu memoles suasana, hingga orang lain terpikat. Dalam Pileg tahun ini, ternyata figur Sengkuni itu berkeliaran, baik oleh caleg sendiri maupun para tim sukses.

Nama yang sebenarnya Sengkuni di dalam kitab Mahabharata adalah *Sakuni*, kemudian dalam pedalangan berubah menjadi Sengkuni untuk memudahkan pengucapannya. Kitab Purwacarita menyebutnya Trigantalpati. Kitab Pustakaraja menamakan Suman. Ia adalah putra Prabu *Keswara*, juga disebut Prabu Swela, Prabu Gandara yang berkedudukan di kerajaan *Gandaradesa (Harghana dan Aji, 2004:104)*.

Sengkuni memang cerdas IQ-nya. Dia pintar mengolah kata. Bahasa polesan telah dia hafalkan. Bahasa racun dia balut menjadi madu, agar pihak ;lain terpikat, kesuksesan yang dibangun atas dasar kecerdikan. Dia seakan-akan menguasai psikologi massa. Maka taktik untuk kemenangan dirinya ditempuh dengan aneka rupa, yang seakan-akan sah. Karena wataknya yang jahat dan selalu mendambakan jabatan yang tinggi, maka Sengkuni setiap hari kerjanya hanya merangkai siasat untuk memfitnah dan menjatuhkan kedudukan orang lain. Suatu hari ia ingin membalas sakit hatinya ketika dikalahkan Pandu. Sengkuni kemudian memfitnah Pandu dengan melapor Prabu Tremboko raja Pringgondani yang sebenarnya masih siswanya Prabu Pandu. Putra-putra *Tremboko* antara lain *Harimba, Brajadenta, Brajamusti, Brajamikaipa*, dihasut. Mereka ditakut-takuti akan dibinasakan oleh Pandu. Sebaliknya kepada Pandu ia melapor bahwa putra-putra Pringgondani hendak menyerang Astina.

Dari narasi kehidupan Sengkuni, saya pikir banyak muncul di pentas Pileg. Berbagai Siasat caleg dari partai gurameh sampai partai gurem, hampir sulit menggalkan taktik Sengkuni. Berbagai siasat, hasutan, fitnah kecil, dan omongan licik selalu dikumandangkan. Janji-janji, selalu diketengahkan baik saat kampanye

terselubung maupun kampanye terbuka. Muara dari taktik Sengkuni itu, tidak lain adalah upaya “membunuh” lawan politik dengan manisnya mulut.

Daya kreasi mulai dari pemasangan gambar caleg, pemakaian ungkapan, tonjolan-tonjolan program, sampai iklan-iklan selalu cerdas. Di kampung saya, taktik Sengkuni, dipelopori oleh partai besar dengan cara menelusup ke RT ikut pertemuan *lapanan*. Di tempat itu mereka melakukan *pyur-pyur*, dengan janji akan mengaspal jalan kampung, apabila kelak jadi. Sampai laporan ini saya tulis, ternyata aspal itu belum terwujud. Baru penjelasan pak Kadus, bahwa jalan yang akan diaspal sudah diukur, entah kapan terwujudnya.

Pyur-pyur semacam itu adalah bentuk *money politics* dengan aneka kedok, antara lain *ritual, agama, ekonomi, dan sosial*. Terbukti, caleg dari Partai Demokrat memberikan dana Rp. 100.000,- untuk kampung Juron Bantul, dengan dalih uang itu mohon digunakan ketika kampung menjalankan *bersih desa*. Ketika warga saya mintai konfirmasi, dijawab: “Ya diterima, orang dikasih, perkara nyontreng apa, nanti. Soalnya, warga saja kalau *bersih desa* mau bayar Rp. 200.000,- per KK, untuk mengundang dalang wayang kulit, caleg kok cuma beri segitu. Ya Mangga terserah nurani masing-masing.”

Caleg partai Golkar wanita juga gigih masuk ke pengajian ibu-ibu, memberikan *pyur-pyur* berkedok agama Islam, dengan memberikan Al Quran. Taktik Sengkuni ini, masih dilipstik lagi dengan pura-pura memberikan pengajian singkat. Oleh karena dia anak seorang anggota DPRD tahun lalu, tentu taktik Sengkuni semakin jitu ke arah politik berlingkungan bagaikan pohon beringin yang rindang, hendak meneruskan keberhasilan ayahnya. Selain itu, caleg wanita itu juga masuk ke perkumpulan ibu-ibu dan TPA mesjid dengan cara memberikan buku Iqra agar ibu-ibu tertarik pada partai beringin itu.

Dari kisah itu, apabila Antlov (2001:259) pernah mencatat hadirnya transisi demokrasi yang dibarengi krisis moral kepemimpinan, memang tidak salah. Taktik Sengkuni yang penuh muslihat jitu, telah menjawab, bahwa moralitas kawula Yogyakarta ternyata dapat ditukar gaya reformasi ironik ini. Yang saya maksudkan ironik, ketika reformasi menghendaki kepemimpinan bersih, jika figur yang akan berkecimpung dengan undang-undang telah “kotor moral”, bagaimana? Pada saat caleg mampu membaca tradisi dan agama sebagai kendaraan merengkuh kursi, yang *nota bene* materi yang bermain, kelak akan jadi apa negeri ini.

2. Sengkuni-isme Sangat Menggiurkan

Sumantri dan Waluyo (1999:145-146) mempunyai simpulan bahwa Sengkuni itu tokoh yang licik, dengki, dan pengecut. Manuver politik yang dilontarkan Sengkuni selalu menjelekkan pihak Pandawa. Apa pun alasannya, gaya Sengkuni demikian ternyata banyak mewarnai Pileg. Orang Jawa bilang, ada watak tidak terpuji yang mirip Sengkuni yaitu *drengki, srei, jail, methakil, mbedhidhil, dan uthil*.

Kader partai “kelas bawah”, pun yang me-nyengkuni ada. Seorang wanita, yang berupaya keras menyebarkan foto-foto kecil di arisan Dasa Wisma, sempat berlagak Sengkuni: “*Niki lo Bu, dicoblos ngriki. Niki pun jelas sae, timbang partai sanese,*

akeh ndobose. Yen teksih badhe PKB, pecah ta Bu, dha boten mikir wong cilik. Niki lo. Piyambake dhosen, sae, blaba, mangke yen dados ibu-ibu kula usulke piknik Taman Mini. Pun, sesuk awan njenengan gratis pirang-pirang bus, mlebu Alun-alun ler Yogya. Sesuk langsung pidhatone SBY, nggih!” Ajakan dan bujukan itu terekam komplit oleh ibu-ibu yang dibeseli gambar caleg. Penuh untaian manis dan janji. Daripada ramae berdebat masalah caleg, bu Tini yang ikut menerima gambar itu memilih diam. Dia tidak setuju dan juga tidak menolak, khawatir kalau merenggangkan hubungan sosial. Jadi, biarpun ada bujukan Sengkuni dari pengurus Dasa Wisma, bu Tini tetap tidak mudah tergiur.

Tutur kata Sengkuni, selalu tak lepas dari pengalaman hidup panjangnya. Dia hidup selalu dengan cara bohong, demi memperoleh kemenangan. Bayangkan, Prabu Pandu pun begitu percaya omongan Sengkuni, bahwa Astina dikatakan akan diserang musuh. Untk meyakinkan hal itu, Pandu segera mengutus patih Gandamana agar menemui Prabu Tremboko dan menanyakan kebenaran cerita Sengkuni tadi. Akhirnya karena takut belangnya ketahuan, sekali lagi Sengkuni menemui Harimba bersaudara agar segera menghabisi Gandamana. Karena putra Pancala itu sangat sakti, Sengkuni membuat cara Gandamana harus dibuatkan lobang jebakan. Kisah itu kemudian dikenal dengan nama lakon *Gandamana Luweng*, karena atas hasutan Sengkuni, putra-putra Pringgondani menangkap Gandamana kemudian diceburkan ke dalam *luweng* lalu ditimbun dengan batu.

Bagi raja yang tidak cerdas daya instingnya, mungkin mudah yakin pada omongan Sengkuni yang manis di bibir. Buktinya, setelah seluruh taktik Sengkuni diimplementasikan, prabu Pandu pun tergiur dan lupa diri. Akibatnya, karena kedudukan patih kosong, Prabu Pandu mengangkat Sengkuni menjadi patih di Astina. Pandu kemudian menyerang Pringgondani sehingga terjadilah perang *Pamuksa*, yaitu perangnya guru dan murid antara Prabu Pandu dan Prabu Tremboko. Didalam perang *Pamuksa* itu, Prabu Tremboko gugur dan menyulut dendam putra-putra Pringgondani terhadap Pandu.

Alkisah, Raden Gandamana yang berhasil, menyelamatkan diri, ia kembali menghadap Prabu Pandu. Namun karena jabatan patih sudah diserahkan kepada Sengkuni, Gandamana pulang ke kepatihan dengan tangan hampa. Ketika sampai di rumah, Gandamana terkejut karena di situ sudah ada Sengkuni yang hendak memperkosa istri Gandamana. Bahkan karena tindakan Sengkuni yang tak senonoh itu, istri Gandamana bunuh diri. Melihat *Dewi Candrarini* istrinya mati dengan patrem masih menancap di dadanya, darah Gandamana mendidih seketika. Sengkuni yang semula berwajah tampan itu dihajar habis-habisan sehingga tubuhnya menjadi rusak.

Begitulah taktik atau trik Sengkuni yang benar-benar penuh bisa. Kata Mulyono (1979:70) Sengkuni yang “klemak-klemek” dan penuh fitnah, emmang gambaran watak manusia penghasut. Dia tukang fitnah, yang mengolah suara tampak manis. Sesuai asal kata Sengkuni, dari Sakuni (*saka*, artinya asal) *uni* (ucapan). Jadi segala ucapan Sengkuni memang penuh tipu maut.

Sesuai jiwa Sengkuni, gila kekuasaan, dengan semangat menghasut, PDIP pernah mengkritisi BLT terlalu kecil, dan anehnya mereka justru *pyur-pyur* dengan jurus ekonomi dengan cara “mancing bersama” di aliran sungai Bantul, dengan terlebih dahulu diceburkan lele dan bawel seberat 1 ton, hingga warga bergegas mengeroyok dengan pancing. Walhasil, tidak hanya orang tua, melainkan juga anak kecil yang belum punya hak pilih ikut ramai memancing. Politik membangun citra ala Sengkuni ini, juga diikuti PBB dengan gaya pengobatan gratis.

Anehnya, taktik ini juga diikuti oleh caleg Golkar kawakan, G Pardiman, bahkan sudah di luar kampanye, masih mengajak mancing bersama dengan kedok Pardiman Center, serta dibumbui hadiah seperti mini compo, TV, HP dll. Pada akhirnya, tokoh ini memang sukses meraih suara banyak dan jadi. Hal ini berarti rakyat tunduk pada taktik jitu. Apa pun alasannya, taktik demikian tetap memanjakan rakyat, emmbuat hati ketagihan, dan selalu membangun desain kapitalistik.

Upaya bermain Sengkuni ria, kiranya sulit dibendung ketika Pileg berlangsung. Yang unik, pada masing-masing caleg memiliki Sengkuni-Sengkuni, hingga harus bertaruh dan bertarung. Kampung saya yang semula berbasis PKB terlihat pecah, sejak Gusdur “berkelahi” dengan Muhaimin, tiba-tiba taktik Sengkuni muncul ketika PKNU hadir menaklukkan para kyai. Caleg partai itu mengobral janji dengan semangat baru, hidup baru, dan baru-baru lain dengan memberi *pyur-pyur* berupa penanggalan tahun 2009. Oleh karena warga jadi bingung, riuh, saling menggunjing, maka sesuai karakter taktik Sengkuni memang tidak suka apabila partai lain sukses -- di kampung saya ada “larangan” memasang gambar partai apa pun dengan dalih supaya netral. Ketika ada PKNU yang dianggap rival PKB, melanggar kesepakatan, gambar PKNU dirusak dan dicari siapa yang memasang malam hari itu. Yang lebih parah lagi, di tengah keruhnya suasana, ada taktik Sengkuni lain yang diam-diam memasang partai Gerindra, hingga memunculkan intrik berkepanjangan. Hasil akhir, memang PKNU yang unggul diikuti Demokrat.

Yang perlu direnungkan, taktik Sengkuni memang *julig*. Hingga pernah terjadi Prabu Pandu yang menganggap bahwa tindakan Gandamana dianggap bersalah karena menghakimi Sengkuni tanpa sepengetahuannya. Karena itu sebagai hukumannya, Gandamana diusir dari Astina. Gandamana menerima hukuman itu lalu kembali ke negara Pancala. Ketika Prabu Pandu mangkat dan tahta Astina dititipkan kepada Drestarata, Sengkuni mulai menghasut Kurawa agar menuntut secara resmi negara Astina. Dengan berbagai cara yang licik dan jahat Sengkuni berhasil menyingkirkan Pandawa dari Astina dan menampilkan Duryudana sebagai kandidat raja Astina. (Lakon Bale Segalagala). Setelah Duryudana resmi menjadi raja Astina, kejahatan Sengkuni kian menjadi jadi. Ia pernah berbuat tak senonoh dengan Dewi Kunti dengan meremas payudaranya, sehingga Kunti bersumpah tidak akan mengenakan semekan bila tidak dengan kulitnya Sengkuni. Berulang kali Sengkuni dan Kurawa berusaha melenyapkan Pandawa, namun mereka selalu gagal.

Sengkuni bukan hanya ahli siasat dan ahli pemerintahan, tetapi juga mahir dalam olah keprajuritan. Ia mempunyai senjata berupa Cis dan memiliki aji yang mampu mendatangkan beribu-ribu binatang buas. Namun akhinya ia juga mati

dikuliti oleh Werkudara didalam perang Bharatayuda. Kulitnya diserahkan kepada Dewi Kunti untuk melunasi kaulnya. Sedangkan bangkai Sengkuni yang tak berbentuk itu dihancurkan dengan gada Rujakpolo. Dari kisah ini, sebagai kawula yang telah terkena Sengkuni-isme, memang perlu waspada. Pada waktu taktik itu sukses, hingga caleg-caleg berhasil menduduki kursi, jangan-jangan taktik Sengkuni muncul lagi.

Sengkuni memang kaya siasat untuk memperoleh kekuasaan. Caleg dan kader partai Demokrat, ketika SBY hadir di Alun-alun Utara Yogyakarta, sengaja menggiring warga kampung dengan bus gratis. Kelicikan Sengkuni ternyata amat mempan, buktinya kampanye tersebut sempat melalui pengamanan ketat, sebab yang hadir tidak semata-mata ketua dewan pembina, tetapi sekaligus presiden. Figur *incumbent* ini berkeliling, biarpun izin, tetapi telah diuntungkan dengan siasat yang selalu diuntungkan. Anehnya, partai lain yang sebagai *challenger* dan Panwaslu seperti terkena gendam, hanya *greneng-greneng* saja.

Yang unik lagi, taktik foto caleg banyak diedarkan sembunyi-sembunyi *door to door*. Intinya, foto itu diberikan pada konstituen, lalu disuruh menyimpan baik-baik. Pada waktu nyontreng, foto itu harus dibawa dan gambar itu yang harus dipilih. Bahkan selama tiga hari tenang, banyak caleg yang melakukan “serangan fajar” lewat SMS dan telepon. Cukup mengejutkan, sebab yang kirim SMS ke saya justru ada nama putera bupati Bantul. Padahal sebelumnya, cara-cara pencairan dana putera bupati sedang dimasmalahkan oleh berbagai pihak, lantaran cepat cair. Roy Suryo pun ikut-ikutan menggunakan “serangan fajar”, dan DPD harus nyontreng Sulistya, biarpun caleg terakhir ini harus ambruk. Dengan ungkapan kata-kata halus, filosofi, mereka mengobral janji lewat SMS. Terakhir, di masa tenang beberapa caleg masih mengajak mancing bersama berhadiah motor dengan kedok LSM yang dia pimpin sebagai bentuk kampanye terselubung.

Estetika Semar

Sindhunata (1998) pernah menulis makalah dalam sebuah seminar sastra tentang “mengarang dengan estetika Semar”. Kata dia, selama bertahun-tahun dia membuat karya, novel misalnya, seperti *Anak Bajang Menggiring Angin* dan *Abure Kupu-kupu Kuning* selalu memanfaatkan estetika Semar. Paling tidak, menurut dia ada dua hal yang terpenting dalam estetika Semar, yaitu: (1) mengarang dengan semangat kerendahan hati (*anoraga*), seperti Semar, dan (2) berjiwa pamomong, sebagaimana Semar adalah dewa ngejawantah, selalu memayungi satria yang sukses.

Belajar dari dua hal itu, ternyata spirit Pileg legislatif di Yogyakarta pun juga menggunakan estetika Semar. Semangat tokoh *kejawen tulen* ini diresapi oleh sejumlah caleg dan tim suksesnya. Dengan permainan kata Jawa, ungkapan merakyat, mereka kemas seakan-akan telah menjadi Semar, yaitu rendah hati dan sebagai pamomong sejati. Idiomatik Semar yang gemar berucap: *mblegeduweg ugeg-ugeg sadulita hemel-hemel, heh-hah-hah*, pun disanggiti dalam berbagai

reklame kampanye. Dalam suluk wayang Ki Hadisugito menggambarkan Semar sebagai berikut.

*Semar eka den prayitna
semu ririh eka balik
titi yoni ganda yoni
tri sonya purnama sasi, ong
gilar-gilar semedi tengahing latar
milangana lintang bimasekti
(Kasidi, 2009:220)*

Inti dari sulukan itu, melukiskan bahwa Semar itu figur yang selalu hati-hati, agar selalu halus dalam hidup ini. Semar biasanya keluar dalam suasana “eka balik”, yaitu gara-gara menjelang orang bermimpi titi yoni, ada bau-bauan semerbak dari yoni. Saat itu ada seorang yang semedi, menyatukan tiga dunia yang tersinari rembulan. Petapa itu seperti sedang menghitung bintang bima sakti. Jadi, figur Semar itu selalu memomong satria yang betah bertapa, selalu hati-hati hidupnya. Nuansa mistik kejawen memang muncul dari estetika Semar itu.

Estetika Semar tergolong tokoh yang hebat. Watak Semar selalu rendah hati (anoraga) sebagai pamomong satria ahli bertapa. Caleg yang menggunakan estetika Semar, juga sederhana dan tidak berlebihan. Dalam dunia politik, Semar cenderung santun, bersih, dan tegas. Jika dibiarkan, tokoh ini justru bertindak demokratis, tidak berat sebelah. Namun, jika sempat diganggu privasinya, Semar sering bertindak tegas, bahkan dewa pun sering dihajar.

Kyai Semar di dalam pedalangan juga sering disebut *Badranaya*, *Dudamanangmunung*, Ia menjadi pamomong trah keturunan *witaradya*. Ia menjadi manusia setengah dewa atau Bogasampir, karena Batara Ismaya tidak menetap di dalam tubuh Semar sebagaimana Sanghyang Wisnu yang menetap pada Sri Kresna. Sanghyang Ismaya tetap berada di kahyangan Sonyaruri, dan dalam keadaan tertentu jika di Arcapada terjadi sesuatu yang harus melibatkan dirinya, secara otomatis Batara Ismaya telah menyatu dengan Smarasanta.

Sebagaimana konsepsi Semar sebagai *Badranaya*, artinya berwajah rembulan, para caleg pun tampak mengidentikan dirinya dengan berbagai dalih menjadi seperti rembulan. Rembulan itu, dalam konsepsi kepemimpinan *Asthabrata*, selalu dimaknai positif, yaitu pemimpin yang mau menerangi rakyat, lembut, dan menenteramkan hati yang dipimpin. Tampaknya, penggunaan estetika Semar, seakan menjadi senjata pamungkas caleg, mengingat kondisi Yogyakarta sebagai basis kota budaya. Ungkapan di reklame-reklame serta temu kader dengan masyarakat, dipoles dengan penuh damai. Para caleg dan tim suksesnya, biarpun memberikan sesuatu (kucuran dana) selalu dibumbui: “*Menika ikhlas, dados boten dados, mangga dipunangge. Estu.*” Kata kunci ikhlas, tampaknya yang disadap dari Semar.

Kalau dicermati, kehidupan Semar, setelah perkawian dengan dewi Kanestri, dia pernah ditemui Sanghyang Ismaya dan ditugasi menjadi pamomong trah keturunan *witaradya*. Sebenarnya oleh Sanghyang Wenang, tugas itu diembankan pada Batara

Ismaya, tetapi karena keturunannya sangat cocok untuk mewakilinya, akhirnya Batara Ismaya menunjuk Semar. Saat itu Semar bersedia karena suatu ketika Batara Ismaya tetap akan menjilma kepada dirinya. Selanjutnya Semar meminta kawan dan oleh Sanghyang Ismaya disanggupi. Bayang-bayang Semar disabda jadilah manusia yang dinamakan *Bagong*. Semar mulai mengasuh atau menjadi pamomong bagi keturunan Pandawa. Ia berkedudukan di kabuyutan *Karangkadempel* atau *Klampis ireng*.

Klampis ireng menurut pak Usada, dari paguyuban penghayat *Sapta Darma* (bagian disertasi saya) yang masih dalam proses penyelesaian, adalah gambaran otak manusia Jawa. Maksudnya, otak itu kalapis ireng, yaitu rambut manusia. Keunikan Semar oleh Supadjar (2001:377) dinyatakan sebagai figur *kumawula*, lambang *kawula-Gusti*, sebab dia mengabdikan pada Pandawa (Gusti). Para caleg yang hendak mengidentikan dirinya sebagai Semar dalam merebut suara, memang cukup logis. Apalagi Yogyakarta juga pernah menjadi basis mistik kejawaan (Endraswara, 2001:12). Sebagai basis mistik dan kota budaya, paradigma berpikir mistis Semar dipandang dapat menyentuh hati rakyat.

Dalam konteks pewayangan dikenal lakon *Semar Mbangun Kahyangan* dan *Resi Dhandhangseta*, bahkan di era Soeharto muncul Semar Mbabar Jati Diri. Dalam kisah lain, yaitu lakon *Saptaarga*, Semar kemudian kawin dengan *Dewi Kanistri* (Kanastren), putri Batara *Hira*, keturunan *Sanghyang Caturwarna* putra *Sanghyang Caturkanwakca*. Peristiwanya diawali ketika Semar dikejar oleh dua ekor harimau betina sehingga ia berlari minta perlindungan *Resi Kamunayasa* di pertapaan *Parewana*. Harimau betina itu kemudian dipanah oleh *Resi Kamunayasa* dan berubahlah menjadi bidadari *Dewi Kanastri* dan *Dewi Kaniraras*. *Dewi Kanastri* kemudian kawin dengan *Smarasanta*, yang tidak lain adalah sebutan Semar.

Berbagai lakon wayang, selalu menuturkan watak *kumawula* dan pamomong Semar. Ki Hadi Sugito pun lagi-lagi dalam sulukan lagon jingking wetah, melukiskan Semar sebagai berikut.

titi tundha gagating ngarang
tri sunthi winayang jati, ong
kapat mangka kalima candhal, ae-ana
pepethite ula lanang, ong
pangiriding kebo dhungkul, sasisih sapi gumarang, ong, hong
(Kasidi, 2009:221)

Maksudnya, sempurnalah Semar sampai meraih tiga dunia, yaitu dunia kesejatian. Empat dan lima nafsu telah dikalahkan dengan senjata ular jantan, kerbau dungkul, dan sapi gumarang. Kesuksesan Semar mbabar jati diri, dia dikenal orang Jawa sebagai figur *anoraga*, rendah diri, dan *pamomong sejati*. Melalui lakon *Semar Boyong*, Seno Sastroamijoyo (Haryanto, 1992:68) menegaskan, Semar adalah lambang *kawula* dan Pandawa (*gusti*). Menurut hemat saya, apabila caleg sebagai (*Gusti*) dapat memboyong Semar, jadilah dia wakil rakyat sejati.

Maka kearifan lokal Jawa pun bertebaran di beberapa spanduk dan kampanye oleh berbagai partai yang menyerupai nuansa Semar. Mereka ada yang pura-pura

(*lamis*) hendak menjadi *pamomong* rakyat, penyambung aspirasi rakyat, dan seakan-akan hidup mati bersama rakyat. Setelah sukses menerbitkan buku *Tahta untuk Rakyat* (2004), tahun 2009 muncul lagi “buku putih” Sri Sultan HB X *Bukan Reformasi tapi Restorasi*, yang intinya juga menggiring ke arah estetika Semar. Beliau menganggap dirinya bukan “*wong agung*”, melainkan hidup bersama rakyat dengan *hamangku*, *hamengku*, dan *hamengkoni*.

Hal demikian juga nampak penjiwaan imajinatif Semar, yang konon oleh batara Ismaya disuruh memomong *witaradya* (raja). Hal ini terkandung pesan, bahwa dengan estetika Semar itu, caleg dapat menjadi *witaradya* (pemimpin sejati). Menurut R Ng Ranggawarsita dalam *Serat Witaradya* dan *Ajipamasa*, konsep *witaradya* adalah pemimpin yang mampu mengayomi. Bagi pula dengan hadirnya pemimpin yang dibimbing Semar, diharapkan menjadi pemimpin rakyat sejati.

Itulah sebabnya, tak ketinggalan, GKR Hemas yang menjadi caleg DPD, juga menggunakan estetika Semar, hendak mempertahankan keistimewaan, Yogya yang santun berbudaya, sang *pamomong* rakyat sejati, dan mengadopsi keinginan generasi muda dengan semangat yang dipungut dari idiom tari ciptaan Sri Sultan HB I yaitu *greget*, *sungguh*, dan *ora mingkuh* hendak menjadi *pamomong*. Estetika Semar yang diolah GKR Hemas ternyata tidak sia-sia, karena berhasil menakhluukkan lawan politiknya, hingga memperoleh suara fantastis. Mungkin, karena swarga nunut Ngarsa Dalem Sri Sultan HB X, yang membuat rakyat masih terformat budaya pengayom. Hasil yang fantastis itu, sebenarnya melekat estetika Semar, bahwa kawula Yogyakarta tidak perlu dengan banyak alasan lagi lalu memilih Ratu Hemas. Harapan kawula Yogyakarta, dengan memilih beliau, akan merasa terlindungi, aman, dan tenteram.

Budi Setya Nugraha dari PAN dengan dalih berkali-kali di media *Kedaulatan Rakyat*, merasa sebagai *kawula*, bahkan bersumpah ingin menjadi *pamomong sejati*, yaitu tidak akan menyalahgunakan kedudukan jika kelak terpilih. Muara dari seluruh gagasan PKS dan Gerindra pun selalu menyertai kata-kata seperti hendak menjadi Semar *ngejawantah*, sebagai dewa penolong kesengsaraan rakyat. Rakyat yang sedang sakit, konon akan mereka obati bila *pamomong sejati* lahir dari PKS.

Keberpihakan rakyat kecil, pedagang pasar tradisi, nelayan, selalu menjadi fokus Gerindra seperti Ki Lurah Semar sedang *mewejang* ketiga anaknya, yaitu Gareng, Petruk, dan Bagong agar *sendika dhawuh*. Prabowo sebagai presiden Gerindra, dengan nada Soekarno kesiangkan, selalu ingin bersama kawula alit, dengan mengkritisi dana treliunan, yang diperuntukkan petani kurang 1%. Semangat kapitalis yang mengobral janji ini, hendak membeli suara rakyat kecil lewat media “untuk mengajak terbang tinggi kawula alit setinggi terbang burung garuda”, sayangnya dalam orasi selalu berestetika Semar yang semu: “Di negeri ini, yang maling teriak maling.”

Yang lebih terang-terangan lagi, Rahmad Pribadi dari partai Golkar, di koran dan papan tempel menggunakan gambar Semar beserta punakawan lain yaitu Gareng, Petruk, dan Bagong, disertai kata-kata *njawani* “*Pun klentu milih pamomong sejati.*”

Ketika dia kampanye selalu dengan ungkapan bangkit desaku, jaya Jogjakaku, tentukan *pamomong* sejatimu, untuk Indonesia.

Penampilan tokoh yang memiliki reputasi nasional itu di samping untuk memberi kepercayaan rakyat, ada rasa kurang percaya diri, yang dipoles dengan gaya Semar, selalu meninggikan posisi *bendara*. Roy Suryo yang sudah terkenal di bidang informasi pun, tetap memanfaatkan estetika Semar, dengan cara menggunakan santun bahasa *njawani*: “*Wong-wong Jogja, mangga contreng Roy Suryo.*” Bahkan pada putaran terakhir partai Demokrat di Alun-alun Utara Yogyakarta, Roy Suryo sempat memasang iklan politik Semar: “*Sugeng Rawuh pak SBY, kawula Jogja pun kleru contreng, Demokrat arsa mbabar jati dhiri kangge wong cilik.*” Konsep mbabar jati dhiri, sebenarnya idiomatik Semar di era orde baru, namun tetap dipandang penting di era reformis ini.

Panitia Pemilu pun di DIY ikut menggunakan estetika Semar, dengan mengenakan pakaian Jawa, seperti KPPS Sidaakur Sleman, KPPS Sindurejan, dan KPPS Bintaran Bantul. Bahkan di KPPS keraton, berusaha menghias TPS dengan kain batik. Dalih semacam ini, lebih diformat untuk mengatasi sindrom golput. Selain itu, masih ada gerakan perdamaian untuk Pemilu yang berorasi di perempatan jalan dengan mengusung ungkapan: “*Kalah aja ngamuk, menang aja umuk.*”

Estetika Semar cenderung merujuk pada sikap yang pura-pura Jawa, bahkan kejawen tulen. Mereka mencoba memanfaatkan produk kejawaan untuk pemenangan Pileg. Para calon yang mempolitisir budaya Jawa untuk tujuan kemenangan, kekuasaan, artinya telah mencoba berpikir analogis. Analogi bahwa dirinya hendak menjadi seperti Semar. Para caleg yang memanfaatkan mutiara kata dengan dalih mengolah kearifan tradisi, jelas menggu nakan estetika Semar.

Gaya Wahyu Makutharama

Wahyu Makutharama dalam khasanah pewayangan Jawa termasuk dambaan semua pihak. Orang yang baik dan jahat pun, yang ingin menjadi pemimpin bangsa, berkeinginan mendapatkan wahyu *kanarendran* (kerajaan) itu. Disebut *kanarendran*, karena wahyu tersebut dalam kisahnya berasal dari prabu Ramawijaya, raja Pancawati. Raja ini dikenal bijaksana, sebab pernah memusnahkan raja angkara murka Dasamuka.

Dalam buku Serat Wahyu Makutharama karya Ki Siswoharsojo (1956), yang muncul setahun setelah Indonesia melaksanakan Pemilu pertama tahun 1955, banyak dikisahkan wahyu Asthabrata. Jika Taufik Ismail di TV One, tanggal 8 Juli 2009, menyatakan bahwa Pemilu pertama itu yang paling bersih, tak ada suap, tak ada sogok-sogokan, dan berlangsung aman tenteram, Pemilu 2009 ini tentu sebaliknya. Oleh karena, dengan Wahyu Makutharama, para caleg berharap akan mendapatkan pemimpin yang hebat.

Wahyu Makutharama juga mewarnai Pemilu legislatif di Yogyakarta. Para caleg mengasumsikan bahwa kedudukan itu *pulung*, yaitu seperti Wahyu Makutharama yang hendak melekat pada diri tokoh. Caleg cenderung mengaitkan

kedudukan sebagai warisan *Keris Kyai Jaka Piturun*. Hal ini dapat disaksikan pada kutipan tembang Sinom sebagai berikut.

*Wruhanta iku kerasan
Pamore tembung triwarni
Wahyu Makutha lan Rama
Lungguhe sawiji-wiji
Wahyu iku kang yekti
Kanugrahaning hyang agung
Makutheku busana
Ageme nara narpati
Kang pinundhi dumunung aneng mustaka
(Ki Siswoharsoyo, bait 18)*

Prabowo dari partai Gerindra mengemas dirinya dalam kampanye sebagai cucu pendiri Bank Indonesia dan anak seorang *begawan* ekonomi, yang bersih dari *maling*. Kata Sujiwo Tejo, jika terpeleset, Prabowo itu bisa seperti Bomanarakasura yang mati oleh garudanya sendiri. Atas dasar itu, biarpun kuantitas suara Gerindra tidak signifikan, Prabowo tetap gigih menjadi calon presiden (*capres*), dan akhirnya calon wakil presiden (*cawapres*). Dia tampak ingin membuktikan *pulung*, mau mencoba membuktikan diri memakai makutharama, biarpun akhirnya tidak berhasil.

Pulung makutha dia harapkan turun karena merasa trah orang terkenal. Apalagi dia pernah menjadi panglima Kopasus dan menantu orang yang 32 tahun berkuasa di negeri ini. Rasanya harapan mengenakan makutharama memang amat diharapkan, meskipun realitas berlainan. Dengan dalih kampanye legislatif, disambung Pilpres, ingin mengutamakan ekonomi kerakyatan, Prabowo di Yogyakarta senantiasa menarik simpatis hati rakyat. Dalam konteks budaya Jawa, pulung yang dinantikan oleh partai tersebut berarti menanti atas dasar “trah”, berlindung pada nama pendahulunya yang telah membesarkan Indonesia. Orang Jawa menyebut “*ngempek kamukten*”.

Begitu pula kampanye Jusuf Kalla di Yogyakarta, mengaku partai yang telah berpengalaman, ingin lebih maju, lebih cepat, dan aneka jargon pragmatik lain. Semua partai pun mengangguk, kalau Golkar memang telah bayak makan garam, telah malang melintang, dan termasuk ‘partai besar’. Itulah sebabnya, seakan dia telah berharap dari pengalaman itu sebagaimana sebuah pulung Makutharama sebagai berikut.

*Pamore panindakira
Pambegan wolung prekawis
Kang sibeut Hasthabrata
Tumrap Ramawijaya Sri
Tan pegat den sartani
Kawicaksananing kalbu*

*Sarjana nawung kridha
Marma labuhane sang Sri
Kondhang ing rat narendra hambeg pandhita
(Ki Siswoharsoyo, bait 38)*

Dari tembang sinom tersebut, dapat saya analogikan bahwa keyakinan partai Golkar yang berkampanye di Yogyakarta tampak seperti memetik ungkapan “*Sarjana nawung kridha, Marma labuhane sang Sri, Kondhang ing rat narendra hambeg pandhita*”. Maksudnya, sebagai partai besar, pernah merajai Indonesia di era orde baru, merasa yakin harus mengais suara signifikan di Yogyakarta. Ternyata, hasilnya pun memang dapat dipertanggungjawabkan, Golkar di Yogyakarta memperoleh suara yang signifikan.

Upaya caleg Golkar, Rahmad Pribadi mohon doa restu ke GBPH Joyokusumo sebagai seniornya dan partai-partai lain di Yogyakarta, yang selalu mengikutsertakan foto Ngarsa Dalem Sri Sultan HB X, Jusuf Kala, Megawati, SBY, dan Hidayat Nur Wahid dalam berbagai media menandai bahwa pemimpin itu ada semacam *wahyu* dan *trah*. Pemimpin itu terkait dengan berkah. Maka *Wahyu Makutharama*, yang memuat *Asthabrata* selalu dipegang teguh oleh caleg untuk mempengaruhi simpatisan.

Yang unik lagi, hadirnya *Wahyu Makutharama* selalu ada caleg yang membanjiri tempat-tempat mistik kejawen di Yogyakarta. Seorang caleg sengaja hadir ke Sendang Beji, dibawah guru spiritual, untuk ritual dan minum air warisan Kangjeng Ratu Kidul. Seorang caleg lagi hadir dengan nenepi (bertapa) di goa Indrakila, gunung Suralaya, Menoreh, seperti Arjuna.

Di antara bagian *Asthabrata* lain yang mereka agung-agungkan, adalah laku delapan dewa. Para caleg hendak mengidentifikasi dirinya sebagai “*sarira bathara*”:

Pertama, *Batara Hendra*, memberikan berbagai hal, antara lain bantuan sesaji ritual, kambing yang disembelih untuk lauk bersama. Mereka seakan-akan ikhlas mem-*backup* ritual-ritual seperti *Cembengan* di Madukismo, *Gregeb Selarong*, *Bekti Pertiwi Pisungsung Jaladri* di Parangtritis, *Bersih Desa* di Purwosari Kulon Progo. Selain itu, mereka berjanji membangun jalan beraspal, dan memberikan diskon harga untuk belanja di supermaket dan service motor gratis;

*Lakune bathara Hendra
Ngudanaken wangi-wangi sabumi
Dana sumebar sumawur
Maratani wong sajadad
Kawaratan gung alit sawadyanipun
Apan ora pilih jalma
Lakune Hendra sayekti
(Ki Siswoharsoyo, bait 4)*

Demikian salah satu contoh sikap dan perilaku dewa Hendra (Endra). Endra berarti raja atau pemimpin. Laku tersebut hanya sekedar misal, sebab seluruhnya berjumlah delapan, dan tidak mungkin saya kutipkan seluruhnya. Yang jelas, konsepsi kepemimpinan Asthabrata itu telah ada sejak Mataram Kuna, Surakarta Awal, dan Mataram baru pun amat didambakan. Tentu saja, kalau sampai reformasi ini masih mewarnai peta Pileg bukan suatu kebetulan. Paling tidak, dari keinginan caleg Golkar di atas, rasa ingin “menjadi Endra” yang memiliki spirit ikhlas memberikan sesuatu, tidak pilih kasih, selalu menjadi tumpuan.

Kedua, *Batara Surya*, yang selalu menerangi rakyat, berpihak pada rakyat, penyambung lidah rakyat, seperti yang dilakukan partai Matahari Bangsa, mencoba mengidentikan dirinya sebagai matahari bersinar terang. Sayangnya, sampai akhir perhitungan suara, partai ini hanya mendapat suara yang tidak signifikan. Partai yang merupakan bentukan baru setelah PAN, sama-sama bersimbolkan matahari (*surya*). Sebenarnya, PAN telah lama membangun opini rakyat dengan sinar bathara Surya, sebab atas prakarsa Amin Rais, hampir tiap minggu di TVRI Yogyakarta menyelenggarakan Pangkur Jenggeng. Meskipun aktivitas ini murni seni, tetapi masyarakat jelas dapat terbangun opininya.

Dalam *Serat Makutharama* pupuh Pangkur, dipaparkan bahwa watak batara Surya tidak jauh berbeda dengan batara Endra. Dia juga memperhatikan rakyat, mengajak menuju kebajikan tanpa paksaan, sinarnya menerangi hati rakyat. Ada sebuah cerpen Jawa karya Turiyo Ragilputro berjudul *Srengenge* yang esensinya juga menyuarakan batara Surya ketika menjadi pimpinan. Kutipan dialog *srengenge* dengan tokoh aku berbunyi:

“Ana telung perkara, seji ALI, loro Ili, telu eling. ALI, dumadi seka tembung ali-ali, tegese samubarang kang dumadi ing salumahe bumi sakurebing langit ora uwal seka wengkuning surya sejati. Upama sang surya sejati nyorotake sunaring wahyu tumanjuk marang anggamu, kowe bakal kasinungan wahyu Sabda pandhita ratu. Nomer loro ili. Maknane, manungsa mono kudu pasrah, tansah manut marang ilining tirta sejati. Pasrahna kabeh jiwa ragamu. Aja nganti kowe nduwa lelakon, nantang panguwasan, lan nyingkiri kanyatan. ...Sing pungkasan eling. Manungsa urip mono kudu tansah eling, emut marang surya sejati. Embuh ana ngendi dunungmu, kowe kudu tansah kelingan karo Surya Sejati. (dalam Niskala, 1993:94)

Jika saya perhatikan, tiga hal yang inheren dalam konsep matahari (*srengenge*) tersebut, secara esensial mengajak pembaca menuju ke kesejatan hidup. Kesejatan hidup melalui matahari, yang hakikatnya adalah Tuhan, hidup akan selamat. Begitu pula para caleg yang memanfaatkan simbolisme matahari, sedikit banyak juga menuju pada konsep kesejatan itu. Walhasil, di Yogyakarta PAN tergolong memiliki pulung yang bagus. Pengaruh Amien Rais selaku pendiri, tentu saja amat besar, agar PAN tetap bersinar. Bahkan sampai hendak berkoalisi saja, di kediaman Amien Rais sempat sedikit ada kekurangcocokan dengan Sutrisno Bachir selaku ketua umum.

Ketiga, Batara Candra, bersikap ramah dengan rakyat, ikut membaur kerja bakti, dan menahan diri biarpun dicaci oleh partai lain. Kata dan bujuk manis memang sulit terhindarkan dari dewa Candra (*rembulan*). Bulan itu karakternya memayungi, tidak terlalu panas dan dingin, sejuk. Hal ini tampak, pada sikap para caleg PKB di Yogya dengan memberikan rokok dan korek api yang bungkusnya terdapat nama caleg. Tentu tendensi gambar yang berkedok kebutuhan rakyat ini diharapkan lebih menyentuh hati rakyat.

Selain itu, dalih memberikan memberikan penanggalan bagi PKB merupakan strategi khas. Apalagi, dalam penanggalan itu dibubuhi ungkapan yang menyejukkan seperti rembulan. Ungkapan itu oleh caleg PKB bernama Drs. Sarwidi dari Poncos Kulon Progo, yang sebelumnya telah menjabat wakil ketua I DPRD Kulon Progo, dibumbui kata-kata penyejuk hati: *Kabayan turun gunung, mulat sarira hangrasa wani, rumangsa melu andarbeni, wajib melu angrungkebi. Bangunlah jiwanya, bangunlah badannya, untuk Indonesia Raya. Kulon Progo berdaya, menoreh jaya.*

Menurut pengakuan salah seorang konstituen, caleg di atas akhirnya jadi. Namun, ketika membagikan uang 60 ribu per orang, tanpa ada paksaan apa pun. Kata yang terungkap: *“Saya sudah ikhlas, mau nyontreng apa, mangga!”* Pernyataan ini, sebenarnya tetap saja ada getaran ajakan, namun secara halus, sebagaimana rembulan yang senantiasa menenteramkan suasana. Namun demikian, bagi pak Sumarji ayng telah menerima uang, tetap ada beban psikologi, lalu ada rasa *pakewuh*.

Keempat, Batara Yama, yang mau menghukum rakyat yang salah, dipoles dengan janji-janji dan mutiara, misalkan PKS dengan idiom: *“Terbukti tidak korupsi.”* Begitu pula SBY, selain berjanji akan merembug RUUK Jogja jika terpilih, juga hendak mewujudkan pemerintahan bersih dari korupsi. Janji demikian tertulis di jalan-jalan, di sudut-sudut kota, dan di mana saja. Intinya, hal itu upaya membangun sebuah citra pemerintahan bersih, sebagaimana dewa Yama, yang tegas menghukum yang salah. Korupsi, tampaknya relevan dengan watak yang dibebankan batara Yama dalam *Serat Makutharama*, yaitu: *milara krama ala, wong durjana sapraja kabeh linebur, nora ngetung kadang warga.*

Semangat membentuk pemerintahan bersih ternyata menjadi sebuah komiditi politik yang *marketable*. Biarpun janji itu sebuah utopia, rakyat sering menilai, “ah hal itu biasa, orang yang sedang memiliki pamrih.” Apa pun alasannya, toh tetap laku jual di hati rakyat. Hasilnya pun tidak tanggung-tanggung, PKS justru memperoleh suara yang relatif banyak dan cukup meyakinkan, melaju baik ke DPRD, DPD, maupun DPR RI;

Kelima, Batara Bayu, menggunakan idiom klasik: “Siap melayani, memperjuangkan aspirasi rakyat.” Bayu adalah angin, yang memiliki karakter dapat menyisip ke segala penjuru. Angin menjadi kebutuhan seluruh manusia. Oleh karena, semboyan dari berbagai partai politik seperti PDIP, Demokrat, dan Gerindra yang siap bersama rakyat merupakan cerminan dewa Bayu. Kunci utama watak batara Bayu, yaitu *angintip pakaryaning rat*, artinya pemimpin yang bisa memahami aspirasi rakyat. Pimpinan yang bersama rakyat, biasanya jauh lebih disukai dibanding yang mencoba memaksakan kehendak partai atau pribadi.

Keenam, Batara Kuwera, berjuang penuh pembaharuan, seperti “*Saatnya perempuan bicara, saatnya pengrajin punya wakil.*” Ambar Polah dari Partai demokrat yang banyak membuat pernyataan tentang kehidupan pengrajin, tampaknya juga cenderung menyuarakan batara Kuwera. Begitu pula Gusti Anglingkusuma, juga hendak berupaya mewakili rakyat.

Ketujuh, Batara Baruna, dengan hati-hati memperingatkan konstituen: “*milih ngawur negara ajur, rakyat kojur.*” Nuansa kampanye ini, merefleksikan watak Baruna. Baruna adalah dewa air. Air selalu mengutamakan laku keselamatan (basuki). Maka Hyang baruna pun dalam Makutharama diberi sifat *kukuh kautamanira*, artinya selalu berpegang teguh pada kebajikan. Caleg yang menggunakan slogan ngawur ajur, yaitu PAN. Hal ini dimaksudkan, agar rakyat berpikir jernih, tidak hanya asal pilih, melainkan menggunakan pertimbangan matang. Jika rakyat asal pilih, kelak rakyat sendiri yang akan menderita. Penderitaan dengan sendirinya jauh dari keselamatan.

Kedelapan, Batara Brahma, dengan menyebarkan anti teroris dan menghilangkan hutang lur negeri. Watak bathara Brahma yang paling menonjol yaitu sirna parang muka, artinya selalu berani mengalahkan musuh yang keliru. Maksudnya, upaya selalu membela hak rakyat, membela negara, memperjuangkan keutuhan negara, dan sebagainya. Dalam kaitan ini isu keistimewaan Yogyakarta, masih sering dikumandangkan oleh caleg dan kadernya. Tampaknya keistimewaan adalah bagian penting dari wahana keutuhan Yogyakarta.

Delapan dewa dan watak-wataknya di atas, tampak menjadi idola para caleg. Mungkin para caleg tidak sadar, kalau dirinya sedang hendak “menjadi” dewa tertentu. Paling tidak, delapan watak dewa yang tertuang dalam karya Wahyu Makutharama, tetap mengarahkan ritme pemilihan atau penyontrengan gambar caleg. Berbagai dalih yang mereka tawarkan kepada rakyat, seakan telah membungkus suasana bahwa kekuasaan itu suatu pulung. Caleg seperti tidak meminta, melainkan rakyat ayng mengangkat.

Kesimpulan

Dari tiga gaya pileg 2009, yaitu Sengkuni, Semar, dan Makutharama, tetap ada kekurangan dan kelebihan masing-masing. Ketiga gaya ini tampaknya selalu menjadi gaman ampuh seorang caleg, untuk menakhlukkan rakyat Yogyakarta. Tiap tipe rakyat, telah dibaca oleh caleg untuk menerapkan ketiga jurus itu. Untuk itu, dapat saya rumuskan tiga simpulan utama.

Pertama, di era yang memang transisional politik ini, mungkin taktik Sengkuni yang lebih cocok, terlebih lagi pada sasaran rakyat (*wong cilik*). Taktik Sengkuni, merupakan rujukan jitu untuk merebut hati rakyat, setelah taktik lain tidak *marketable*. Ternyata, dengan Sengkuni-isme, rakyat pun ada yang menyambut baik, mau menerima segala godaan. Hal ini berarti suasana politik sedang mencari bentuk. Biarpun cara semacam itu akan menuju ke jurang pembodohan demokrasi, toh rakyat memang tidak sedang berada pada suatu obsesi keluhuran.

Kedua, gaya estetika Semar, lebih mempan ditujukan kepada segmen masyarakat yang memegang teguh tradisi, terlebih para priyayi. Kawula alit pun ada yang tergiur, ketika idealisme mereka diunggulkan dengan trah Semar. Paling tidak, keterkaitan budaya kratonik, amat berpengaruh pula pada implementasi estetika Semar. Kawula Yogyakarta yang awam dengan politik, bukan tidak mungkin menerima tawaran estetika ini.

Ketiga, gaya makutharama, sebenarnya juga ideal bagi rakyat Yogyakarta. Gaya ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan estetika Semar, hanya tekanannya yang berbeda. Jika estetika Semar lebih menekankan pemimpin yang *ngawula*, berpihak pada rakyat, makutharama pun juga demikian, ditambah dengan rasionalitas. Rasionalitas mereka sadap dari watak para dewa, yang dianggap telah sukses memeluk hati rakyat. Selain itu, trah dan pulung juga menjadi komoditi utama yang menjadi pusaka makutharama.

Ketiga gaya politik pileg Yogyakarta itu saya pikir tak ada yang paling ampuh. Seluruhnya tergantung segmen masyarakat yang disasar. Hanya saja, jurus Sengkuni dan estetika Semar tampaknya yang nyaris paling disukai kawula, dibanding makutharama, karena, makutharama cenderung idealis, kurang segera bisa dinikmati hasilnya dalam waktu cepat.

Daftar Pustaka

- Antlov, Hans. 2001. "Elit Desa dan Orde Baru" dalam *Kepemimpinan Jawa*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Cideroth, Sven. 2001. "Modernisasi Orde Baru dan Islam: Aparat Desa dan Tokoh Agama dalam *Kepemimpinan Jawa*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Harghana, Bondhan dan Moh. Pamungkas PBA. 2001. *Bunga Rampai Wayang Purwa Beserta Penjelasannya*. Jilid 2. Sukoharjo: CV Cenderawasih.
- Haryanto, S. 1992. *Bayang-Bayang Adiluhung; Filsafat, Simbolis dan Mistik dalam Wayang*. Semarang: Dahara Prize.
- Kasidi, Hadiprayitno. 2009. *Filsafat Keindahan; Suluk Wayang Kulit Purwa Gaya Yogyakarta*. Yogyakarta: Bagaskara.
- Mulyono, Sri. 1979. *Wayang dan Karakter Manusia*. Jakarta: Gunung Agung.
- Ragilputro, Turiyo. 1993. Srengenge. Dalam Niskala, penyunting Suwardi Endraswara. Yogyakarta: UDP PBD.
- Sarip. 2009. *Tembang Jawa*. Yogyakarta: Dokumen pribadi.
- Siong, Tan Tjin. *Sang Kuni*; Antologi Cerpen. Yogyakarta: Narasi.
- Siswoharsoyo, Ki. 1956. *Serat Wahyu Makutharama*. Yogyakarta: Gondolayu Kulon.

- Sumantri, Barnas dan Kanti Waluyo. 1999. *Hikmah Abadi; Nilai-nilai Tradisional dalam Wayang*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Supadjar, Damarjati. 2001. “Semar Super-Super Semar” dalam *Mawas Diri*. Yogyakarta: Philosophy Press.
- Wirodono, Sunardian dan Bondan Nusantara. 2009. *Sri Sultan Hamengku Buwono X; Bukan Reformasi Tapi Restorasi*. Yogyakarta: Merti Nusantara Pustaka Utama.