

Ruslan Rahman

Penggunaan Simbol-Simbol Budaya dalam Kampanye Pilcaleg di Kota Bau-Bau

Abstract

Campaign strategy used by candidates in Bau-bau town are using various cultural symbols, such as: (1) local language, (2) wearing traditional clothes, and (3) using local cultural sites (fort, palace, or mosque). Their reasons of using such strategies are: (1) to be known as local citizens, (2) to be referred to their social status (their family's origin), (3) to be known of their concern on Buton's culture, and (4) as adaptation effort.

The regional autonomy policy has arised the local citizen's reference which therefore using traditional clothes to show their appreciation to local culture; sites picturew to show they are parts of Buton's culture; kamiana status shows their social standing worth to be elected; local languages used as adaptation media to be perceived that candidates are members of in-group.

(Keywords: cultural symbols as campaign strategy, the reasons of using cultural symbols)

Pendahuluan

Kota Bau-bau merupakan salah satu kota tertua di propinsi Sulawesi Tenggara. Di kota yang memiliki banyak situs budaya dan sejarah ini, dahulunya merupakan sebuah pusat kerajaan/kesultanan yang disebut kesultanan Buton. Kota yang di klaim memiliki benteng terluas di dunia, yang di dalam benteng tersebut dahulu merupakan pusat pemerintahan kesultanan dan tempat pemukiman para pejabat kesultanan.

Secara geografis Kota Bau-Bau terletak di bagian Selatan Provinsi Sulawesi Tenggara dengan posisi koordinat sekitar 0,5°15' hingga 05° 32' Lintang Selatan dan 122°46' Bujur Timur. Kota Bau-Bau berada di Pulau Buton, dan tepat terletak di Selat Buton dengan Pelabuhan Utama menghadap selat Buton. Di kawasan selat inilah aktifitas lalu lintas perairan baik nasional, regional maupun lokal sangat intensif. Berdasarkan data kependudukan, sampai dengan bulan Desember 2007 jumlah penduduk Kota Bau-Bau adalah sebanyak 124.609 jiwa, penduduk laki-laki sejumlah 61.395 jiwa dan penduduk perempuan berjumlah 63.214 jiwa dengan jumlah wajib pilih sekitar 83 000. Kota Bau-bau tadinya merupakan ibukota kabupaten Buton, namun sejak keluarnya UU No.13, tahun 2001 tentang pembentukan Kota Bau-bau, maka terjadi peningkatan status kota Bau-bau dari ibu kota Kabupaten Buton menjadi Wilayah kota yang otonom.

Pemilihan calon legislatif tahun 2009 merupakan suatu cara pemilu yang dirasa cukup berbeda dengan proses pemilu yang terdahulu. Oleh sebagian kalangan menganggap ini merupakan proses pemilu yang lebih demokratis dengan alasan calon dengan suara terbanyaklah

yang akan keluar sebagai pemenang dan bukan nomor urut yang menentukan seseorang untuk duduk di kursi empuk legislatif.

Perubahan pola atau mekanisme ini tentu sangat berdampak pada semangat para calon legislatif. Ada caleg yang mensyukuri keluarnya aturan tentang suara terbanyak tersebut namun ada pula yang lemas dan tidak bersemangat dengan keluarnya aturan tersebut. Mereka yang semakin bersemangat dengan keluarnya aturan tersebut adalah para calon legislatif dengan nomor urut “sepatu” tetapi meyakini memiliki banyak simpatisan/pemilih, sedang mereka yang kecewa dengan aturan tersebut adalah mereka yang bernomor urut “jadi”, prediksi mereka tadinya dengan bermodalkan nomor urut “jadi” yang telah disetujui partai maka dengan hanya mengeluarkan sedikit energi sudah diperkirakan kursi legislatif akan diraihny.

Keluarnya keputusan Mahkamah Agung tentang suara terbanyak ini, membawa akibat persaingan bukan hanya terjadi antar partai tetapi juga terjadi persaingan antar sesama calon legislatif dalam partai yang sama. Hal membuat persaingan antar calon legislatif semakin ketat. Jika dulu calon legislatif sesama partai bahu membahu mempromosikan partainya maka kini penekanan lebih kepada mempromosikan diri sendiri. Akhirnya terjadilah apa yang seperti dikatakan dalam teori Darwin tentang seleksi alam, siapa yang mampu lolos dari ujian alam ialah yang akan bertahan hidup dan unggul. Persaingan bukan hanya terjadi antar spesies tetapi juga antar individu dalam spesies tersebut. Maka caleg kemudian berusaha dengan caranya masing-masing untuk saling mengungguli. Jika dengan system yang lama para caleg saling membantu maka dengan system suara terbanyak ini bisa terjadi mereka berjuang sendiri-sendiri ingin menyelamatkan diri masing-masing, malah ada kecenderungan untuk saling membusukan alias kampanye gelap antara caleg separtai mungkin saja terjadi.

Adanya aturan tentang suara terbanyak ini telah membuat partai politik untuk mengubah kebijakannya yang selama ini digunakan. Bila dalam pemilu sebelumnya kita mengenal calon legislatif yang dikirim dari pusat ke daerah yang belum tentu orang tersebut dikenal masyarakat maka kali ini kebijakan partai lebih mengutamakan putra-putra lokal terbaik yang diusulkan masuk dalam daftar calon legislatif. Olehnya itu dibalik penggunaan simbol-simbol budaya tersebut sesungguhnya para caleg ingin juga dikenal sebagai putra daerah. Karena seperti kita ketahui, salah satu hal yang menonjol di era otonomi adalah kebangkitan dari etnik lokal dalam hal menduduki jabatan-jabatan penting baik itu di eksekutif maupun di legislatif. Geliat para “putra daerah” untuk menjadi tuan di negeri sendiri tidak hanya sampai disitu tetapi menggelinding terus menuntut wilayah pemekaran-pemekaran kabupaten dan propinsi dengan alasan etnis dan sebagainya. Namun dibalik isu tersebut sesungguhnya adalah pertarungan para elit lokal untuk memperoleh jabatan-jabatan apakah itu dilegislatif maupun di eksekutif.

Tampilnya elit lokal ini membuat persaingan antar sesama untuk menduduki jabatan sesungguhnya telah memenuhi dahaga akan kekuasaan yang selama ini mereka dambakan. Namun hal yang perlu diwaspadai bahwa didalam persaingan sesama elit lokal ini terjadi persaingan yang tidak sehat antar sesama mereka yang masih dalam hubungan keluarga dekat. Saling curiga dan saling membusukan antar sesama keluarga ini membawa akibat hancurnya ikatan-ikatan keluarga yang tadinya dijunjung tinggi

Strategi Kampanye Caleg

Penetapan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam kampanye sebab jika penetapan strategi salah atau keliru, hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu *stratos* yang artinya tentara dan kata *agein* yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan seni perang para jenderal. Atau suatu rancangan terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang dicamkan yakni : tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh sebelum mereka mengerjakannya.

Karl von Clausewitz (dalam Cangara;2009) merumuskan strategi sebagai “suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang”. Sementara Martin – Anderson (1960) merumuskan strategi adalah seni yang melibatkan kemampuan inteligensi /pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien. Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak hanya dari kalangan militer tetapi juga dari profesi lain.

Strategi saat ini telah digunakan dalam berbagai kegiatan/kepentingan termasuk diantaranya dalam kampanye pemilihan calon legislatif. Salah satu strategi yang menonjol dalam kampanye pilcaleg 2009 di kota Bau-bau ini adalah penggunaan simbol-simbol budaya dalam alat peraga kampanye yang mereka gunakan. Melalui strategi ini para calon legislatif berharap dapat menarik simpati para pemilih.

Kampanye dan Media Kampanye

Kampanye sesungguhnya merupakan suatu proses komunikasi atau lebih tepatnya komunikasi politik. Maka dengan demikian dasar-dasar komunikasi khususnya komunikasi politik sudah selayaknya haruslah dikuasai oleh para caleg dalam melakukan kampanye. Tanpa pengetahuan tentang komunikasi yang baik kemungkinan besar dampak dari kampanye yang diharapkan sangatlah kecil.

Menurut Berlo (dalam Liliweri,2001) komunikasi akan berhasil jika manusia memperhatikan factor-faktor SCMR yaitu : *Sources, Message, Channel* dan *Reciver*. Factor yang menentukan (*source*) dan penerima (*receiver*) ialah kemampuan berkomunikasi, sikap, pengetahuan sistem sosial dan kebudayaan. Pada pesan perlu diperhatikan isi, perlakuan pesan dan perlambangan, sedangkan pada saluran (*channel*) faktor yang perlu diperhatikan sangat tergantung atas pilihan saluran yang sesuai misalnya (mata) melihat, (telinga) mendengar (telinga), (tangan) meraba, (hidung) membaui dan (lidah) mengecap.

Seperti diketahui bahwa semua tindakan komunikasi berasal dari konsep kebudayaan seperti yang dikemukakan oleh Berlo, bahwa kebudayaan mengajarkan kepada anggotanya untuk melaksanakan tindakan, berarti kontribusi latar belakang kebudayaan sangat penting terhadap perilaku komunikasi seseorang termasuk memahami makna-makna yang dipersepsi terhadap tindakan komunikasi yang bersumber dari kebudayaan yang berbeda.

Dalam ilmu komunikasi termasuk komunikasi politik, terdapat beberapa komponen yang harus diperhatikan seperti : komunikator, pesan, media, dan komunikan. Seorang komunikator (baca ; caleg) yang handal adalah komunikator yang memiliki kredibilitas tertentu. Ada tiga jenis kredibilitas yang perlu dimiliki oleh komunikator, yaitu *ethos*, *pathos* dan *logos*. (Liliweri, 2001.) *Ethos* adalah kemampuan komunikator untuk menunjukkan reputasi pribadinya, pada waktu ia berbicara ia tampil secara jujur, cakap berpengalaman pada tema yang disampaikannya. Juga ia mampu menggunakan variasi dukungan pesan-pesan non verbal untuk mengontrol pembicaraannya. Sedang *phatos* berhubungan dengan faktor emosi komunikator. misal nya sang komunikator mampu menciptakan dan terlibat dalam suasana komunikasi yang riang gembira bahkan duka. Dan *logos* berhubungan dengan tingkat pengetahuan komunikator terhadap tema yang dibicarakan dan kemampuan memecahkan persoalan. Dengan memiliki ketiga faktor tadi diharapkan komunikator dapat menarik simpati dari komunikan.

Komunikator dalam pendekatannya terhadap komunikan dapat menggunakan beberapa pendekatan, salah satu pendekatan yang dirasa cukup baik adalah pendekatan *emik*, apabila komunikator hendak mengamati secara cermat komunikan maka dapat ditempuh beberapa cara: 1) Mempelajari keadaan sasaran dari dalam kelompok (menjadikan diri sebagai anggota kelompok sasaran), 2) Menguji dan meneliti secara cermat keadaan kelompok dan tidak perlu membandingkannya dengan kelompok lain, 3) Membentuk struktur dengan komunikan, dan 4) Menyusun kriteria masalah sebagai penilaian yang berlaku untuk kelompok tersebut.

Baik sadar maupun tidak sadar nampaknya cara *emik* inilah yang digunakan oleh para calon legislatif dalam melakukan kampanye. Para calon legislatif menyadari bahwa para pemilih sebahagian besar memiliki memori kolektif tentang kejayaan kesultanan Buton di masa lalu. Dengan menggunakan simbol-simbol ini sesungguhnya merupakan gambaran bahwa para calon legislatif ini mengetahui kelompok sasarannya.

Simbol-Simbol Budaya

Seperti dikatakan sebelumnya, bahwa kampanye sesungguhnya merupakan suatu proses komunikasi yang memiliki unsur-unsur, salah satu diantaranya adalah pesan. Pesan-pesan dalam berbagai proses bentuk komunikasi bisa merupakan simbol-simbol yang mempunyai makna tertentu. Pada umumnya orang yang selalu mengartikan simbol sama dengan tanda. Namun sesungguhnya keduanya berbeda. Tanda berkaitan langsung dengan objek, sedangkan simbol memerlukan proses pemaknaan yang lebih intensif setelah menghubungkan dia dengan objek. Dengan kata lain simbol lebih substantif dari pada tanda. Sebagai contoh salib yang dipajang di depan gereja hanya merupakan tanda bahwa rumah tersebut merupakan rumah ibadah orang Kristen. Namun salib yang terbuat dari kayu merupakan simbol yang dihormati oleh semua orang kristen, lambang pengorbanan jiwa dan raga kristus demi umat manusia.

Persaingan untuk memperoleh suara telah demikian ketat, membuat para caleg menggunakan berbagai cara atau strategi untuk mengkampanyekan dirinya agar dapat menarik perhatian dan dipilih nantinya. Salah satu strategi dalam kampanye tersebut adalah penggunaan simbol-simbol budaya dalam baliho, spanduk dan stiker yang digunakan oleh para caleg.

Simbol-simbol budaya yang digunakan para calon legislatif di kota Bau-bau tersebut dapat kita klasifikasi sebagai berikut: 1) Baju adat: ada berbagai macam baju adat peninggalan

dari zaman kesultanan yang sampai saat ini masih terus dipakai. Ada pakaian untuk anak-anak, orang Dewasa, untuk bangsawan atau orang kebanyakan, 2) Bahasa daerah. untuk wilayah Buton raya, sesungguhnya kaya akan bahasa lokal. Penelitian Fox (1995) Mengatakan terdapat kurang lebih ada 14 bahasa yang digunakan dalam wilayah kesultanan Buton. Untuk kota Bau-bau pada umumnya bahasa yang digunakan adalah bahasa : wolio, bahasa Pancana, bahasa cia-cia dan bahasa Wakatobi. Keterkaitan masyarakat terhadap bahasa secara psikologis sangatlah kuat. Hal ini dapat dilihat dari respon para pengguna bahasa lokal yang bila kita (peneliti) menggunakan bahasa mereka. Menyadari hal tersebut para caleg kemudian menggunakan bahasa lokal untuk kampanye mereka. Para caleg berharap dengan penggunaan bahasa lokal ini akan merebut simpati dari para pemilih yang menggunakan bahasa tersebut. Strategi ini juga dianggap sebagai salah satu penghargaan kepada para pengguna bahasa lokal tersebut. 2) gambar situs, sebagai bekas sebuah pusat kesultanan, maka tentu di kota Bau-bau banyak terdapat situs-situs bersejarah. diantara sekian banyak situs tersebut beberapa diantaranya banyak digunakan oleh para calon legislatif dalam alat peraga kampanye mereka adalah Masjid Agung Keraton Buton, Benteng Keraton Buton, dan Malige atau Kamali (istana Sultan) merupakan gambar situs yang paling banyak digunakan oleh para caleg dalam baliho dan spanduk mereka.

Makna Simbol

Frake (1968) mengemukakan bahwa setiap manusia mempunyai domain atau wilayah skema kognitif tersendiri. Dengan skema kognitif yang dimilikinya tersebut ia selalu menetapkan strategi berpikir dan bertindak . skema kognitif ini sangat dipengaruhi oleh kebudayaan. Struktur kognitif individu ini berasal dari latar belakang kebudayaan tertentu. Kebudayaan sebagai suatu konsep sistem sekaligus menerangkan bahwa “keseluruhan” seluruh arti dan makna simbol dapat dibedakan namun arti dan makna symbol itu tidak dapat dipisahkan. Manusia dapat membedakan arti dan makna simbol melalui kebudayaan. Simbol-simbol itu mewakili struktur aturan budaya, konvensi pikiran dan pandangan namun konsep-konsep itu sendiri tidak bisa dipisahkan berhubung fungsi setiap konsep itu saling berhubungan.

Penulis telah mencoba melakukan wawancara dengan para calon legislatif yang menggunakan berbagai simbol budaya dalam kampanye tersebut dan secara singkat dapat dikemukakan sebagai berikut ini.

Busana Tradisional

Sepanjang pengamatan penulis, penggunaan busana tradisional merupakan symbol budaya yang paling disukai dan karenanya paling banyak digunakan. Hal ini dapat dimaklumi karena dengan menggunakan busana tradisional ini sesungguhnya mereka akan dikenal *kamiana* . Baju adat beserta kelengkapannya sesungguhnya sangat kaya akan symbol, dengan Hanya melihat baju dan aksesori seseorang kita akan mengetahui strata social dan atribut social lainnya seperti dia berasal dari Kaomu, Walaka atau papara, dia pejabat di keraton atau di Kadie (semacam desa), kita juga dapat mengetahui ia seorang ibu muda atau masih gadis. Sebagai contoh ; foto yang mengenakan *Balahadada* dan lengkap dengan *leppi* ini berarti ia berasal dari golongan kaomu atau bangsawan, sedang bila ia mengenakan jubah dan *kampurui* (ikat kepala) jenis *tantangeba* itu berarti ia seorang pejabat di *kadie*.

Makna Foto Situs

Gambar-gambar situs tersebut sesungguhnya memiliki makna simbolik tidak hanya sekedar tanda. Benteng keraton Buton yang luasnya mencapai 22,8 ha dibangun pada abad ke 16 oleh sultan La Sangaji dan dilanjutkan oleh beberapa sultan berikutnya. Pada masa pembangunan benteng tersebut penduduk bergotong royong menyumbangkan tenaga dan harta benda. Pada masa itu dikatakan pula angka pertumbuhan penduduk menjadi nol bahkan minus. Untuk itu pencantuman foto benteng dalam baliho para caleg dimaknai bahwa mereka (caleg) memiliki keteguhan sekokoh benteng. Benteng juga melambangkan sikap patriotic untuk berkorban baik nyawa maupun harta demi memperjuangkan Negara seperti falsafah buton yang disebut "*Bolimo Karo Somanamo Lipu*" yang berarti mengutamakan kepentingan Negara diatas kepentingan pribadi. Benteng juga melambangkan penghargaan terhadap karya para leluhur yang telah mengorbankan harta dan benda bahkan nyawa mereka untuk keamanan penduduk keraton.

Masjid keraton Buton dibangun pada awal abad ke 18 tahun 1712 oleh Sultan ke 19 bernama *Langkariri*, bergelar Akyudin Durul Alam. Masjid tua yang menjadi kebanggaan masyarakat kota Bau-bau ini sampai sekarang masih memiliki perangkat sara masjid seperti dahulu kala. Foto Masjid Keraton ; selain menunjukkan iman para caleg, juga menunjukkan pula bahwa mereka jika terpilih akan selalu melaksanakan tugas sesuai ajaran agama yang diyakininya. Seorang calon legislatif mengatakan dengan adanya foto masjid tersebut yang baginya sangat sakral tersebut dapat memberi "kabarakati" bagi pencalonannya tersebut.

Foto Istana Kesultanan ; sesungguhnya ada beberapa istana kesultanan yang masih berdiri tegak didalam Kota bau-bau. Namun yang selalu dipakai sebagai alat kampanye adalah foto istana yang disebut dengan "malige". Istana berlantai empat dan berada dipusat kota Bau-bau ini memiliki arsitektur yang indah dan masih terawat baik dan merupakan istana dari Sultan terakhir. Penggunaan foto istana ini selain dimaknai adanya penghargaan calon legislatif tersebut terhadap budaya Buton, juga yang paling penting adalah menunjukkan bahwa ia (caleg) masih memiliki keterkaitan dengan istana atau masih berdarah bangsawan (lihat konsep kamiana).

Bahasa Lokal

Setiap kebudayaan menjadikan bahasa sebagai media untuk menyatakan prinsip-prinsip ajaran, nilai dan norma budaya kepada para pendukungnya. Bahasa merupakan mediasi pikiran perkataan dan perbuatan. Bahasa dipelajari untuk melayani setiap pikiran manusia. Bahasa menerjemahkan nilai dan norma, menerjemahkan skema kognitif manusia, menerjemahkan persepsi, sikap dan kepercayaan manusia tentang dunia dan pendukungnya.

Penggunaan bahasa sesungguhnya dapat dibagi atas dua macam, yaitu 1) para caleg menggunakan falsafah hidup masyarakat Buton maka mau tidak mau harus menggunakan bahasa-bahasa lokal pula, dan 2) menggunakan bahasa lokal sebagai bentuk mengajak para pengguna bahasa yang bersangkutan untuk memilih dirinya. Para calon legislatif akan menempatkan balihonya yang menggunakan bahasa Wolio pada wilayah yang penduduknya dominan menggunakan bahasa Wolio, atau ia akan menggunakan bahasa Wakatobi bila ia tahu penduduk sekitar wilayah tersebut dominan menggunakan bahasa Wakatobi. Dengan menggunakan bahasa yang berbeda-beda ini di harapkan ia (caleg) akan memperoleh dukungan/suara dari pengguna bahasa yang berbeda-beda pula.

Jika kita mengkaji lebih jauh ternyata penggunaan simbol-simbol budaya ini mengandung pesan tentang : Kamiana, Kepedulian dan pola adaptasi. Berikut ini digambarkan secara singkat ketiga hal tersebut ;

Kamiaana

Penelitian Tony Rudiansyah mengenai hakekat dari pemisahan sosial dalam masyarakat Buton menuju pada satu kesimpulan bahwa seseorang dimasukkan ke dalam salah satu dari kategori sosial yang ada dalam masyarakat itu berdasarkan pada *kamia-nya* (asal-usulnya). Dengan demikian pembagian masyarakat ke dalam *Kaomu*, *Walaka*, *Papara* dan *Batua*, merupakan satu struktur sosial yang berdasarkan pada asal-usul seseorang. *Kamia* berasal dari akar kata "ka" yang berarti "kekuatan", dan "mia" yang berarti "manusia". Di dalam konsepsi budaya masyarakat Wolio, kekuatan manusia ditentukan oleh *kamia-nya*. Seseorang mempunyai kekuatan karena *kamianya*. "Orang-orang tua dahulu", kata seorang informan, "apabila melihat hubungan antara orang-orang dalam kelompok *kamia-nya* semakin renggang atau jauh, maka orang-orang tua itu akan mengusahakan untuk menyatukan atau mempererat kembali *kamianya* dengan cara mengawinkan keturunan mereka satu sama lain. Dalam praktek perkawinan kelompok *Kaomu*, kita memang seringkali melihat bahwa mereka lebih suka memilih jodohnya dari dalam kelompok mereka sendiri. Begitu juga dengan kelompok *Walaka*. Dalam tradisi Wolio, permaisuri seorang sultan memang harus dipilih dari salah seorang istrinya yang berasal dari kelompok *Kaomu*. Begitu juga dengan putra mahkota harus dipilih dari anak permaisuri itu yang dilahirkan pada masa pemerintahan seorang sultan. Apabila tidak ada calon untuk putra mahkota berdasarkan ketentuan diatas itu, barulah anak sultan dari istri lainnya dapat dipilih sebagai putra mahkota setelah memperoleh persetujuan dari *bonto* (ketua adat) dari kelompok *Siolimbona*. Penjelasan mengenai *Siolimbona* ini akan diuraikan di kesempatan berikut di bawah nanti. Informan tadi mengatakan lebih jauh bahwa dengan mengetahui *kamia* seseorang, kita bisa mengetahui watak dan sifat seseorang. "Dalam perkawinan" katanya lagi, "orang berusaha mencari pasangan dari *kamia* yang sama, agar supaya sifat dari pasangan itu cocok satu sama lain". Atau apabila dari *kamia* yang berbeda, maka justru dengan mengetahui *kamia-nya* kita dapat mengimbangi sifat yang berbeda atau bahkan berlawanan itu, sehingga perkawinan yang sudah terjalin itu tetap dapat merupakan satu kesatuan yang kuat.

Menurut konsepsi budaya masyarakat Wolio, orang-orang dari *Kaomu* dan *Walaka* dibedakan dari orang-orang *Papara* dan *Batua*, karena kedua kelompok yang pertama dapat diketahui asal-usulnya, sedangkan dua kelompok yang terakhir tidak dapat diketahui lagi. Orang-orang *Kaomu* sampai masa kini masih dapat menelusuri asal-usulnya kepada *pendiri-pendiri kerajaan Wolio*, sedangkan orang-orang *Walaka* kepada *pendiri-pendiri komunitas Wolio*. Sampai disini kita dapat menyimpulkan bahwa pendefinisian penduduk ke dalam orang Wolio dan bukan Wolio sesungguhnya berdasarkan kepada pembedaan orang yang mempunyai *kamia* (asal-usul), baik kepada *pendiri komunitas* maupun kepada *pendiri kerajaan Wolio* dengan orang-orang yang tidak mempunyai *kamia* kepada *pendiri komunitas* maupun *pendiri kerajaan Wolio* itu.

Kepedulian

Penggunaan simbol-simbol budaya disamping merupakan suatu strategi untuk menarik perhatian para pemilih tetapi juga sekaligus sebagai gambaran bahwa sang calon legislatif tersebut memiliki kepedulian terhadap kebudayaan daerahnya sendiri. Memori kolektif tentang kesultanan Buton sesungguhnya bukan hanya dimiliki oleh masyarakat tetapi juga oleh calon legislatif sendiri. Pakaian adat, bahasa, benteng, masjid merupakan puncak-puncak karya masa lalu kesultanan yang merupakan warisan yang tak ternilai harganya. Simbol-simbol tersebut (pakaian, bahasa dan situs) merupakan suatu kebanggaan. Dengan kebanggaan ini menimbulkan kepedulian untuk tetap memeliharanya. Dengan kepedulian ini berarti pula penghargaan terhadap masa lalu (nenek moyang). Masa lalu yang menurut mereka merupakan aset masyarakat Buton yang terus harus dipelihara dan dijaga.

Pola Adaptasi

Kota Bau-bau merupakan kota pelabuhan sejak dahulu sampai sekarang. Arus lalu lintas barang dan manusia masih dominan menggunakan sarana transportasi laut. Sebagai konsekuensi dari kota pelabuhan maka biasanya akan banyak etnis lain yang tinggal dan menetap di kota ini. Salah satu etnis yang telah lama tinggal dan menetap di kota ini adalah etnis Bugis/Makassar. Saat ini telah banyak diantara mereka yang memajukan diri sebagai calon legislatif dengan pertimbangan selain populasi etnis ini cukup besar juga mereka telah turun temurun hidup di kota Bau-bau.

Para caleg yang berasal dari etnis lain menyadari betul kuatnya memori kolektif masyarakat. Untuk itu mereka pun menggunakan pola adaptasi dengan tujuan memperoleh suara/simpati masyarakat. Pola adaptasi tersebut seperti; ikut menggunakan simbol-simbol budaya seperti mesjid keraton dan benteng keraton. Dengan menempatkan gambar ini para caleg berusaha beradaptasi dan akhirnya berharap dapat diterima dan dianggap sebagai bagian dari anggota kelompok (*in group*).

Penutup

Penggunaan simbol-simbol budaya dalam kampanye pemilihan calon legislatif tahun 2009 menunjukkan bahwa di dalam masyarakat kota Bau-bau khususnya dan Buton pada umumnya masih menyimpan memori dan rasa kebutonan yang cukup kuat. Memori yang diturunkan dari generasi ke generasi berikutnya lewat cerita secara turun temurun dan adanya fakta situs yang masih terpelihara sampai saat ini merupakan pendukung tetap adanya memori kolektif tersebut. Hal yang diharapkan dari para caleg dengan menggunakan simbol budaya ini adalah merebut simpati dari masyarakat kota Bau-bau yang pada umumnya masih terpesona dengan memori kolektif masa lalu yang indah.

Adanya beberapa calon legislatif yang menggunakan simbol budaya ini dan berhasil memperoleh suara juga menunjukkan keberhasilan dari strategi dalam kampanye mereka. Namun ada pula para caleg yang menggunakan simbol budaya dan tidak berhasil dalam memenuhi suara yang dibutuhkan. Hal yang diduga sebagai penyebabnya karena adanya praktek *money politics* yang demikian dasyat sehingga menghancurkan impian masa lalu yang indah dan

para komunikasi lebih realistis bahwa mereka lebih membutuhkan uang dari pada hanya sekedar memori masa lalu. Ikatan masa lalu maupun ikatan saudara/keluarga kalah bersaing dengan kebutuhan akan hidup (uang cas).

Daftar Pustaka

Blair,Palmer.2004. Migrasi dan Identitas: Perantau Buton yang Kembali ke Buton setelah Konflik Maluku 1999-2002.jurnal Antropologi Indonesia.tahun XXVIII no 74.

Cangara,Hafied.2009. Komunikasi Politik : konsep,Teori dan Strategi. Rajawali Pers

Frake,Charles. 1986. The ethnographic study of Cognitive systems. The hague-Mouton

Liliweri,Allo.2001. Gatra-gatra komunikasi Antar Budaya. Pustaka Pelajar.

Mulyana,Deddy. Jalaluddin Rahmad. 2000. Komunikasi Antar Budaya : panduan berkomunikasi dengan orang-orang berbeda budaya. Rosda

Schoorl, J.W. 1985 "Belief in Reincarnation on Buton, S.E. Sulawesi." *Bijd.*, dl. 141, 103-134.

-----1987 "Islam, Macht en ontwikkeling in het sultanaat Buton." L.B. Venema ed.

LAMPIRAN

Penggunaan Busana Tradisional





Penggunaan Foto Situs



Penggunaan Bahasa Lokal

