

# Kempen dulu, kini dan akan datang



DUNIA  
BAHARU 2022  
DR BUDIMAN MOHD ZOHDİ

Dalam usahanya membangkitkan kesedaran orang Melayu terhadap kesan buruk Malayan Union, tokoh ulung Datuk Onn Jaafar berbasikal masuk kampung ke luar kampung untuk berkempen.

SN Datuk Abdullah Hussain menerusi autobiografinya bertajuk *Sebuah Perjalanan* menceritakan bagaimana pada tahun 1930-an, ahli-ahli Persaudaraan Sahabat Pena (Paspam), sebuah pertubuhan sosial yang berasaskan seni dan sastera, tetapi pada masa sama menjadi pemangkin kepada peringkat awal kebangkitan nasionalisme Melayu, menggunakan majlis-majlis pertemuan, surat-menyurat serta penulisan di akhbar dan majalah sebagai medium berkempen bagi menyuburkan gerakan mereka.

Kira-kira 25 tahun lalu, saya berkenalan dengan seorang aktivis politik veteran yang terlibat dalam kempen pilihan raya umum pertama iaitu pada tahun 1959. Masih terngiang-ngiang ceritanya mengenai kesukaran berkempen ketika itu. Naik bot, rakit, jip dan bukit menjadi sebahagian caranya.

Pernah dia dan rombongannya berjalan kaki berjam-jam untuk ke sebuah perkampungan di pedalaman Perak kerana tiada kenderaan yang boleh sampai ke situ disebabkan jalannya terlalu sempit dan becak. Di pertengahan jalan, hujan. Mereka terpaksa singgah menumpang di sebuah pondok dalam dusun durian dan meneruskan perjalanan hanya selepas hujan berhenti.

“Kami sampai setelah Maghrib. Ceramah yang dijadualkan pada sebelah petang terpaksa diadakan selepas Isyak. Di kampung itu tidak ada bekalan elektrik, satu-satunya lampu pam yang ada pula rosak, jadi berceramahlah kami bertemankan pelita minyak tanah.

“Kerana tiada pembesar suara, apabila hujan turun semula terpaksa berhenti ceramah sebab suara masing-masing tidak cukup kuat untuk menengahkan bunyi hujan. Malam itu kami tidur di surau dan esoknya baru ceramah disambung semula.”

Demikianlah gambaran jerih payah pada masa lalu. Semuanya kisah benar bukannya dibuat-buat sekadar sebagai ‘konten’ untuk Youtube atau TikTok. Tetapi sesukar mana pun, atas nama perjuangan, kerja-kerja kempen itu berjalan juga kerana kata orang, perjuangan itu ibarat percintaan, semakin perit semakin indah.

Politik saya bermula zaman negara mengalami transisi dari manual kepada automatik, dari keluarkan duit guna buku

kepada ATM, dari mesin taip kepada komputer dan seterusnya. Pun begitu saya sempat juga merasa pengalaman berkempen cara orang lama. Pernah beberapa kali masuk ke kampung-kampung yang tiada bekalan elektrik dengan mengusung bateri atau generator bagi kegunaan memasang lampu atau pembesar suara. Pernah saya berceramah di bawah cahaya lampu pam macam arwah aktivis yang saya ceritakan tadi.

Penyediaan bahan kempen pada masa dahulu juga bersifat manual. Risalah-risalah bertulisan tangan, atau yang ditaip atas kertas pendua sebelum ‘digelek’ dengan mesin *cyclostyle* bagi menghasilkan salinannya, pengedaran bahan kempen dari tangan ke tangan atau dalam kes tertentu secara pos, mewarnakan setiap musim pilihan raya, mengiringi pemasangan sepanduk, bendera dan poster.

Waktu berkempen pada masa dahulu terbatas sehingga tengah malam sahaja. Yang sanggup berembun mungkin boleh memanjangkan tempohnya sejam dua lagi dengan berkempen di kedai kopi. Tetapi bukan semua tempat ada kedai yang dibuka sehingga dinihari. Jadi, pada masa itu jika ada aktivis politik yang memberitahu dia berkempen sehingga ke pagi, layak dicurigai sebab selalu juga berlaku musim kempen menjadi musim orang pasang satu lagi.

Sekarang ini corak kempen banyak berubah. Walaupun kaedah-kaedah

konvensional masih diguna pakai, namun dominasinya berkurangan. Ia digantikan oleh kaedah-kaedah baharu yang lebih pantas, meluas dan berkesan. Kempen boleh dilakukan 24 jam sehari tanpa mengira di mana ada berada.

Yang penting ada peranti dan akses internet. Modalnya cuma bawa telefon, tablet atau komputer riba, selain pasukan yang menjadi jentera.

Tetapi setakat sekarang, kehadiran di lapangan masih diperlukan. Tidak kira secanggih mana medium teknologi yang digunakan rakyat (pengundi) masih mahu melihat wajah anda, masih mahu merasa sentuhan anda.

Bagaimanapun, tiga empat dekad lagi keadaan mungkin berbeza. Tiada lagi istilah turun padang, tiada lagi program-program kempen cara lama, tiada lagi poster, sepanduk dan bendera di dunia nyata. Semuanya dilakukan di dunia maya, di ruang siber. Di situlah tempat pengundi dan calon berinteraksi. Bukan pelik kalau yang menjadi calon ketika itu bukan lagi manusia tetapi robot-robot dengan teknologi kecerdasan buatan (AI).

Sebab itu kalau sekarang ini kita mendapat pemimpin yang ala-ala robot, jangan mengeluh. Biasa-biasakanlah diri sementara menanti kemunculan robot sebenar...#dush!

*\* Datuk Dr Budiman Mohd Zohdi ialah Setiausaha Politik. Mulai 2022 menulis mengenai pengurusan perubahan.*

# Harung gelombang belah samudera



MAAF  
CAKAP  
NORDEN MOHAMED

1 November 2022, Datuk Hussamuddin Yaacob dengan rasminya melepaskan jawatan Karangkraf. Teraju syarikat ini dipikul oleh tenaga muda, Firdaus Hussamuddin sebagai Pengerusi Kumpulan dan juga Pengarah Eksekutif/CEO/Penerbit Kumpulan Buku dan Penerbitan Al-Quran.

Timbalan Pengerusi, Datuk Muhammad Nasir Hamzah turut melepaskan jawatannya. Selain Firdaus, pasukan pengarah dan pengurusan terdiri daripada adik dan juga sepupunya.

Ada yang sinis memerli kononnya peralihan ini seperti syarikat keluarga dalam drama Megah Holdings. Saya tersenyum kerana rupa-rupanya ramai yang terbina *world view* akibat menonton drama. Tetapi saya yang pernah bertugas selama 27 tahun di kumpulan ini, kenal sangat dengan kesemua tenaga mudanya. Akmal

Eirfan Mohd Fawzi, Farah Hussamuddin, Azizi Fickry dan juga Izzat Izhar Muhammad Nasir. Mereka semua layak dengan jawatan masing-masing. Kesemuanya berkelulusan, terlatih, berdisiplin dan tinggi adab. Saya menyaksikan semua ini kerana mereka membesar di depan mata. Malah, mereka pernah bekerja di bawah saya dan kemudian saya pula bekerja di bawah mereka. Resipi, formula, budaya dan model bisnes Kumpulan Karangkraf tiada di syarikat-syarikat media lain.

Kata orang, tempat jatuh lagi dikenang, inikan pula tempat bermain. Saya pula kata, tempat jatuh bangun lagi dikenang, inikan pula tempat bertugas.

Saya menyertai Kumpulan Karangkraf sejak Januari 1991 walaupun pada mulanya berasa ragu. Maklumlah sebelum itu kesemua tempat kerja saya memberi saya gaji tidak setimpal, selalu dibayar gaji separuh-separuh dan ada juga yang tidak membayar gaji tepat pada masanya.

Syarikat yang terletak di rumah kedai tiga blok, tiga tingkat di Taman Tun Dr Ismail ketika itu bukanlah sebuah syarikat mewah. Ada karpetnya yang berlubang dan roda kerusi pusing saya, ada yang hilang. Agaknya sebab itulah perut saya tak buncit ketika itu kerana asyik meng-

gunakan otot perut untuk mengimbangkan tubuh bila duduk bekerja!

Namun, baru enam bulan bertugas sebagai Editor majalah kartun *Gelihati*, Datuk Hussamuddin yang lebih mesra dipanggil Haji mengarahkan saya mengetuai Jabatan Pemasaran. Tidak sampai setahun, saya memohon jawatan Pengurus Latihan dan kemudian ditugaskan sebagai Pengurus Sumber Manusia.

Sebagai anggota pengurusan pertengahan, ada ketikanya saya menghadiri mesyuarat Lembaga Pengarah. Di situlah saya lihat Haji serta Datuk Nasir, Encik Fickry, Encik Fahim dan Encik Fathy (ketiga-tiga arwah, al-Fatihah) bermesyuarat secara profesional. Saya menyaksikan mereka berbincang dan bertelagah sampai merah-merah muka.

Tapi selepas bermesyuarat, mereka bersembang dan bergelak ketawa sebagai saudara. Persaudaraan yang kukuh inilah menjadikan Karangkraf sebuah syarikat keluarga yang kental.

Karangkraf berkembang pesat hingga pada 2003 tercatat sebagai syarikat paling banyak penerbitan berbahasa Melayu di Malaysia oleh *Malaysia Book of Records*. Ketika itu ia menerbitkan 27 buah majalah, juga syarikat penerbitan pertama di Malaysia menggunakan tek-

nologi *desktop publishing* ketika syarikat-syarikat besar lain masih menampal reka letak halaman sebelum cetakan.

Tidak semua yang indah dilalui oleh syarikat ini. Kilang cetaknya di Petaling Jaya pernah terbakar dan beberapa kali juga ditenggelami banjir. Pada 2002, Karangkraf berpindah ke kompleks baharunya yang canggih di Shah Alam.

Kemudian saya diarahkan menerajui syarikat penerbitan buku Alaf 21 hingga menjadi *household name* dengan kualiti penerbitannya. Karangkraf melahirkan akhbar *Sinar Harian* pada 2006 hingga terkenal kerana laporannya yang telus dan tulus. Saya sempat menerajuiinya selama sembilan tahun. Penggunaan internet turut dirangkul akhbar ini. Ia segera menarik lebih sejuta pengikut di Facebook sekitar tahun 2010.

Nilah syarikat yang telah membina kerjaya saya dan keluarga ribuan warga kerjanya. Ia dinamik kerana kecekapan pasukannya melayarkan bahtera mengharung gelombang dan membelah samudera pancaroba. Pasukan baharu ini akan meneruskan legasi yang terukir dalam sejarah penerbitan negara.

*\* Norden Mohamed ialah mantan Ketua Pengarang Sinar Harian*