

**ASMADI Hassan**  
**ROHAYATI Paidi**  
**MUHAMMAD DANIAL Azman**  
Universiti Malaya

## **JEPUN VS MALAYSIA: STRATEGI KEMPEN PILIHAN RAYA UMUM 2017 DAN 2018<sup>1</sup>**

### ***JAPAN VS MALAYSIA: GENERAL ELECTION CAMPAIGN STRATEGY 2017 AND 2018***

*Artikel ini membuat perbandingan penggunaan strategi dalam kempen pilihan raya umum yang diadakan di Jepun dan Malaysia pada tahun 2017 dan 2018. Strategi dibahagikan kepada penggunaan isu dan teknik berkempen dalam pilihan raya. Dua buah pakatan parti politik terbesar di Malaysia iaitu Barisan Nasional dan Pakatan Harapan dan dua buah parti politik terbesar Jepun iaitu Parti Liberal Demokratik dan Parti Perlembagaan Demokratik telah dipilih sebagai kajian kes. Kaedah analisis kandungan telah digunakan dari data yang dijana melalui beberapa sumber seperti laporan akhbar, temubual serta status yang dimuat naik di media sosial rasmi milik parti politik yang bertanding. Dari segi penggunaan isu, kedua-dua parti politik Malaysia dan Jepun menggunakan campuran isu positif dan negatif dalam kempen pilihan raya. Oleh itu pengeksploitasian kelemahan yang ada pada lawan masing-masing adalah strategi ampuh bagi mencapai kejayaan. Manakala menunjukkan kekuatan yang ada pada parti sendiri adalah strategi bagi menarik pengundi mempercayai kredibiliti mereka. Dari segi pengimplementasian teknik pula, berkempen cara tradisional masih lagi diteruskan selain penggunaan teknologi terkini dalam media sosial. Walau bagaimanapun berikutan kekangan peraturan yang ketat, beberapa teknik berkempen yang dijalankan di Malaysia tidak boleh digunakan di Jepun seperti berkempen dari rumah ke rumah.*

**Kata kunci:** *Strategi Pilihan Raya, Barisan Nasional, Parti Liberal Demokratik, Pakatan Harapan, Parti Perlembagaan Jepun*

*This article is to compare the use of strategy in general election campaigns in Japan and Malaysia in 2017 and 2018 respectively. The strategy is divided into the use of campaign issue and technique in the elections. The two biggest coalition parties in Malaysia namely Barisan Nasional and Pakatan Harapan and two Japanese largest political parties, the Liberal Democratic Party and the Constitutional*

*Democratic Party were chosen as the case studies. Content analysis methods have been used to generate data through several sources such as mass media reports, interviews and status uploaded in the official political party's social media. In terms of the use of issue, both Malaysian and Japanese political parties used mixed positive and negative issues in the election campaign. Hence the exploitation of the weaknesses of the respective opponent party was the key strategy for success. While showing the strength of the parties were the strategy to attract voters as well as to prove their credibility. In terms of campaign techniques, traditional methods were still in use while using the latest technology in social media became significantly important. However, due to the restrictions, some of the campaign techniques conducted in Malaysia cannot be used in Japan such as house-to-house campaign.*

**Keywords:** *Election Strategy, Barisan Nasional, Liberal Democratic Party, Pakatan Harapan, Constitutional Democratic Party.*

## **Pengenalan**

Kempen pilihan raya ialah proses parti politik dan calon yang bertanding cuba meyakinkan pengundi supaya mengundi mereka. Kedua-duanya perlu menerangkan mengapa pengundi perlu memilih mereka sebagai wakil di parlimen. Oleh itu menampilkan diri sebagai calon terbaik untuk dipilih berbanding calon-calon atau parti yang lain dengan memenuhi kriteria kepemimpinan yang dikehendaki pengundi adalah signifikan.<sup>2</sup> Bagaimanakah calon dan parti yang bertanding mendapatkan undian? Perancangan untuk mendapatkan undi dan seterusnya mencapai kemenangan dalam pilihan raya adalah sangat penting. Perancangan adalah dalam bentuk strategi supaya persaingan secara kompetitif dan tersusun dapat dijalankan.

Artikel ini membuat perbandingan penggunaan strategi dalam kempen pilihan raya yang diadakan di Jepun dan Malaysia pada tahun 2017 dan 2018. Strategi ini dibahagikan kepada kepenggunaan isu dan teknik berkempen dalam pilihan raya. Dua buah pakatan parti politik terbesar di Malaysia iaitu Barisan Nasional (BN) dan Pakatan Harapan (PH) dan dua buah parti terbesar Jepun iaitu Parti Liberal Demokratik (LDP) dan Parti Perlembagaan Demokratik (CDP) telah dipilih sebagai kajian kes bagi membandingkan strategi yang digunakan semasa berkempen dalam pilihan raya.

## **Pilihan Raya dan Peraturan Berkempen di Malaysia dan Jepun**

Pilihan raya di Jepun diadakan pada 22 Oktober 2017 apabila Perdana Menteri Shinzo Abe membubarkan Dewan Rendah pada 28 September dan mengadakan

kempen pilihan raya pada 10 Oktober.<sup>3</sup> Pembubaran Dewan Rendah adalah setahun lebih awal berbanding tarikh sepatutnya bagi mendapatkan mandat baharu berikutan kejatuhan populariti parti pemerintah kerana terlibat dalam beberapa skandal dan ancaman peluru berpandu Korea Utara.<sup>4</sup> Antara parti yang bertanding adalah Parti Harapan (Kibo No To), CDP, LDP, Parti Inovasi Jepun (Ishin No Kai), Parti Sosial Demokratik (SDP), Party for Japanese Kokoro (Kokoro), Komeito dan Parti Komunis Jepun (JCP).<sup>5</sup> Pilihan raya tersebut mempertandingkan 465 kerusi dan jumlah calon yang turut serta adalah 1,180 orang.<sup>6</sup>

Manakala di Malaysia pula pembubaran parlimen peringkat persekutuan dan negeri dilakukan serentak berikutan tamatnya mandat selama lima tahun. Pilihan raya pada Mei 2018 dianggap sebagai paling sengit dalam sejarah negara kerana kekuatan PH dilihat berpotensi menyaingi BN yang telah menguasai negara selama 60 tahun. Pilihan raya ini juga turut menyaksikan paling ramai calon yang bertanding iaitu 2,333 orang.<sup>7</sup> Bekas Perdana Menteri tahun 1982-2001, Mahathir Mohamad kembali ke arena politik setelah bersara dengan mengetuai pakatan pembangkang, mengatur strategi bagi menentang pakatan pemerintah yang diketuai Najib Razak. Parti Pribumi Bersatu (PPBM) yang diketuainya telah menyertai pakatan pembangkang lain bagi membentuk PH. Manakala parti lain yang turut bersaing adalah parti Parti Islam Se-Malaysia (PAS) yang membentuk Gagasan Sejahtera (GS) bersama Parti Ikatan Bangsa Malaysia (Ikatan).

Dari segi peraturan kempen pilihan raya pula, kedua-dua negara mempunyai perbezaan dan terlalu luas untuk dibincangkan. Walau bagaimanapun artikel ini menyenaraikan beberapa peraturan yang biasa didengari. Pertama, kempen pintu ke pintu adalah tidak dibenarkan di Jepun berbanding di Malaysia yang masih lagi dibenarkan. Kedua, kempen di jalanan dibenarkan bermula dari pukul 8 pagi hingga 8 malam semasa tempoh berkempen, berbanding 24 jam di Malaysia. Ketiga penggunaan internet untuk berkempen hanya dibenarkan pada tahun 2013 di Jepun berbanding tiada sekatan di Malaysia sejak media tersebut diperkenalkan. Keempat jumlah *flier* yang dibenarkan dihadkan kepada 70,000 helai bagi setiap calon<sup>8</sup> berbanding tiada had bagi Malaysia. Kelima pekerja parti yang dibenarkan berada di lokasi semasa ceramah pilihan raya diadakan tidak boleh melebihi 15 orang bagi kes Jepun, manakala tiada had kepada Malaysia. Keenam, penggantungan poster hanya di tempat yang ditetapkan bagi Jepun dan sebaliknya bagi Malaysia yang membenarkan penggantungan poster di mana-mana sahaja semasa tempoh berkempen pilihan raya berlangsung selagi tidak mengganggu keselamatan awam.

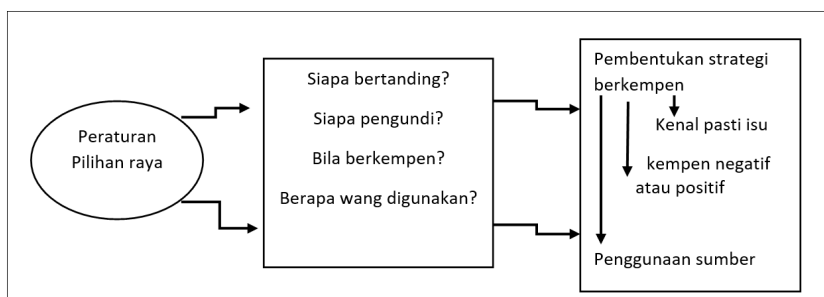
## Kerangka Kajian

Kajian ini berkaitan institusi politik dan hubungannya dengan tingkah laku

politik. Institusi merupakan pendekatan analisis politik dengan tujuan mengetahui realiti politik melalui pengkajian punca dan akibat institusi politik.<sup>9</sup> Untuk memahami dan menerangkan sesuatu pengalaman politik, pengkajian bermula dengan institusi-institusi politik sebagai kategori utama analisis.<sup>10</sup> Penggunaan sesuatu institusi membolehkan penilaian dibuat bagaimana ia memberi implikasi kepada organisasi parti, tingkah laku politik dan strategi aktor politik. Andrew Heywood menjelaskan bahawa institusi adalah set susunan yang mengatur tingkah laku individu atau kumpulan berdasarkan peraturan dan prosedur.<sup>11</sup> Institusi politik adalah berbentuk formal dan merupakan sebahagian dari jentera negara.<sup>12</sup> Institusi politik didefinisikan sebagai *rule of game* dalam masyarakat atau kekangan ciptaan manusia yang menjadi acuan bagi membentuk interaksi antara mereka.”<sup>13</sup>

Seperti ditunjukkan dalam Rajah 1, kajian ini bermula dengan mengenal pasti peraturan rasmi dalam kempen pilihan raya yang akan mempengaruhi semua aspek seperti siapa akan bertanding, bila perlu berkempen, berapa banyak wang boleh dibelanjakan, siapa pengundi yang layak dan apa strategi yang sesuai digunakan dalam berkempen. Kesemua pelaku terlibat dalam pilihan raya seperti calon, parti, pengundi, penyokong dan penentang tertakluk kepada peraturan yang ditetapkan. Peraturan oleh itu telah menetapkan kekangan dan batas kebebasan berkempen dalam pilihan raya. Oleh itu calon dan parti yang bertanding perlu mengubahsuai strategi berkempen dengan mengikut peraturan yang telah ditetapkan. Perkara ini akhirnya akan membentuk strategi berkempen pilihan raya yang digunakan.

**Rajah 1: Kerangka Kajian**



Sumber: Ilustrasi pengkaji

Calon perlu memikirkan strategi berkempen yang efektif iaitu apakah isu yang perlu ditekankan semasa berkempen, adakah berkempen secara negatif atau positif dan apakah teknik yang digunakan dalam berkempen.<sup>14</sup> Pertama, calon yang bertanding perlu mengenalpasti isu-isu utama yang perlu dimainkan dalam kempen pilihan raya. Calon perlu memilih isu dan

menekankan isu tersebut semasa berkempen. Pemilihan isu merupakan keputusan strategik kerana calon perlu memahami kehendak pengundi. Calon yang berjaya memfokuskan isu yang dimainkan dengan kehendak pengundi akan berjaya memujuk menyokongnya dan berkemungkinan akan menang. Walau bagaimanapun calon juga perlu menentukan pendiriannya dalam sesuatu isu yang difokuskan. Dengan berbuat demikian, mereka mempunyai pilihan sama ada untuk mengikut kecenderungan pengundi atau memujuk golongan pengundi mengikutinya. Walau bagaimanapun, calon biasanya akan mengikut majoriti pengundi untuk memperoleh kemenangan yang dipanggil sebagai *median voter*. Walaupun *median voter* adalah terlalu abstrak untuk dikenalpasti, namun logik asas *median voter* untuk diketahui adalah melalui majoriti yang menyokong sesuatu isu. Namun, kadang-kala pendirian yang cenderung kepada *median voter* mempunyai risiko tersendiri kerana ia bertentangan dengan pendirian calon yang diambillya sebelum ini. Ini menjejaskan imejnya yang dianggap sebagai tidak berpendirian. Selain itu calon juga berisiko kehilangan kumpulan pelobi dan penderma sekiranya cenderung kepada *median voter* kerana berkemungkinan mereka (pelobi dan penderma) mahukan calon sealiran pandangan dengannya. Dengan kata lain, penderma dan pelobi kadang kala mempunyai ideologi yang lebih kanan atau lebih kiri yang bertentangan dengan kumpulan *median voter*.

Setelah mengetahui kecenderungan *median voter*, kempen secara negatif atau positif boleh dijalankan. Kempen secara negatif didefinisikan sebagai serangan dari parti dan calon ke atas calon dan parti yang menjadi seterunya. Manakala kempen secara positif adalah memfokuskan kepada calon itu sendiri sama ada memuji manifesto, personaliti dan sumbangannya selama ini. Walau bagaimanapun kadang kala terdapat kempen campuran negatif dan positif. Faktor utama sama ada untuk menyerang atau tidak adalah bergantung kepada keadaan sekeliling iaitu sama ada calon merupakan orang yang dikenali ramai ataupun tidak. Calon terkenal seperti penyandang kerusi kurang menyerang calon yang lain berbanding calon bukan penyandang. Hanya apabila sokongan terhadap calon bukan penyandang semakin meningkat, ia akan menyebabkan penyandang bertindak menyerang. Walaupun terdapat kecenderungan yang penyandang kerusi berkempen secara positif dan bukan penyandang secara negatif, tetapi ia tidak selalunya mengikut formula ini. Kadang kala calon penyandang berkempen secara negatif berbanding bukan penyandang.

Kedua adalah penggunaan teknik iaitu merujuk kepada aktiviti menjalankan kempen yang dirancang seperti penyebaran manifesto dan mesej diperjuangkan menggunakan sumber seperti media arus perdana dan alternatif. Media ini termasuklah televisyen percuma dan berbayar, akhbar, internet, media sosial, radio dan pelekat stiker. Dengan menggunakan media, isi kandungan kempen dapat disampaikan kepada khalayak ramai dengan berkesan. Ini kerana media-media ini dapat menembusi ke seluruh pelosok

dunia tanpa batasan sempadan walaupun calon tidak hadir ke tempat mereka. Selain itu sumber manusia seperti calon pilihan raya, kakitangan dan pekerja sukarela juga adalah penting bagi tujuan berkempen. Sumber manusia digunakan dalam pelbagai bentuk seperti menggunakan kepakaran mereka bagi tujuan merancang kempen pilihan raya dan menjalankan kempen yang telah dirancang. Sekiranya kempen yang dirancang adalah secara tradisional, maka sumber manusia yang terdiri dari calon, kakitangan dan sukarelawan akan turun ke lapangan bertemu pengundi, berkempen secara fizikal, mendekati pengundi secara peribadi dan berkempen pintu ke pintu. Hubungan peribadi dengan pengundi berpotensi adalah efektif, terutamanya jika hubungan itu telah lama berlangsung seperti rakan dan jiran. Cara mengetuk pintu lebih efektif berbanding emel untuk memobilisasi penduduk untuk keluar mengundinya. Sekiranya pendekatan adalah melalui panggilan telefon atau media sosial, maka ia memerlukan *telemarketer* dan *cyber trooper* yang profesional supaya dapat memujuk pengundi dan menyampaikan mesej pilihan raya dengan sebaiknya. Sebagai contoh, parti-parti politik di Amerika Syarikat memberi latihan kepada sukarelawan tentang bagaimana untuk membantu secara berkesan dalam berkempen. Pada tahun 2008 dan 2012, Obama memberi latihan kepada sukarelawan tentang cara berkempen atas talian seperti melalui Facebook dan Twitter. Tambahan lagi media baharu termasuk internet menjadi semakin signifikan pada hari ini. Calon dan parti politik juga membina laman sesawang, membuka akaun Facebook dan Twitter untuk tujuan berkempen dan berkomunikasi dengan pengundi.

## Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan kaedah analisis kandungan terhadap data yang dijana melalui beberapa sumber. Antaranya adalah melalui laporan akhbar, temubual serta status yang dimuat naik di media sosial rasmi milik parti politik yang dijadikan medium untuk berkempen dalam pilihan raya. Seperti dijelaskan sebelum ini, dua buah pakatan parti dan parti politik terbesar di Malaysia dan Jepun telah dipilih sebagai unit analisis iaitu BN, PH, LDP dan CDP.

Akaun media sosial yang dianalisis adalah Barisan Nasional dan Democratic Action Party bagi parti politik Malaysia dan juga Jiminto Koho (Informasi Umum Parti Liberal Demokratik) dan Rikken Minshuto (nama Jepun bagi CDP) bagi akaun media sosial parti politik Jepun. Akaun media sosial parti politik ini memuatkan pelbagai maklumat berkaitan parti tersebut termasuk kempen pilihan raya dan calon yang bertanding, pendirian parti, laporan berita dan dasar parti. Selain itu akaun tersebut juga menyiarkan siaran langsung temubual dan ceramah ahli politik, maklumat berkaitan kemunculan mereka di televisyen dan sebagainya. Pengkaji juga menghadiri beberapa ceramah yang disampaikan oleh calon dan kumpulan penyokong semasa tempoh berkempen pilihan raya berlangsung. Selain itu ceramah yang

disiarkan melalui laman sosial dan Youtube juga dianalisis bagi mendapatkan data-data yang diperlukan. Laporan harian akhbar juga turut dianalisis bagi mendapatkan berita berkaitan pilihan raya yang tidak diperolehi dari sumber data yang diterangkan di atas.

### **Isu-isu Utama dan *Median Voter***

Isu-isu utama dalam pilihan raya adalah pelbagai, mencakupi peringkat kerajaan tempatan atau pusat, meliputi aspek negatif dan positif serta berbentuk kritikan atau pujian terhadap diri dan lawan. Setelah mengenalpasti isu-isu utama yang menjadi tumpuan *median voter*, parti pemerintah dan pembangkang merancang strategi untuk mengeksploitasi isu tersebut secara intensif dan berulang kali dalam kempen pilihan raya sehingga mempengaruhi pengundi untuk mengundi mereka. Isu-isu utama yang dimainkan adalah berbentuk kritikan negatif terhadap parti lawan, tawaran perkhidmatan terbaik sekiranya memenangi pilihan raya melalui janji dalam manifesto dan bukti kejayaan dalam pentadbiran terdahulu di peringkat persekutuan atau negeri yang dikuasai masing-masing. Perkara-perkara ini dilaungkan di setiap kempen pilihan raya bagi membina keyakinan pengundi bahawa mereka adalah pilihan terbaik berbanding lawan masing-masing.

BN mempunyai *median voter* yang tersendiri terutamanya dalam kalangan pengundi Melayu dan Islam di kawasan pinggir dan luar bandar serta penduduk yang kecewa dengan prestasi di negeri yang dikuasai pembangkang. Golongan ini sensitif terhadap isu Melayu dan Islam serta permasalahan yang tidak selesai di negeri-negeri pentadbiran pembangkang. Dalam pilihan raya 2018 didapati bahawa BN telah menggunakan isu-isu ini bagi mengkritik dan melemahkan pembangkang terutamanya PH. Antaranya adalah mengkritik PH yang sinonim dengan budaya perkauman, anti Islam, sikap buruk pemimpin mereka yang suka membuat fitnah dan memburukkan pemerintah. BN telah mengingatkan bahawa mengundi parti komponen dalam PH adalah bersamaan dengan mengundi Parti Tindakan Demokratik (DAP) iaitu parti yang dikaitkan oleh BN dengan pengamalan politik perkauman dan anti Islam.<sup>15</sup> Agenda perjuangan mereka hanyalah untuk menjayakan matlamat kaum tertentu sahaja tanpa membantu kaum yang lain. BN juga mengkritik ahli politik PH yang mempermainkan Islam seperti Lim Kit Siang yang persoalan kandungan khutbah yang memecahbelahkan hubungan baik Islam – Kristian<sup>16</sup> dan Chong Eng dengan mempersoalkan kewajipan wanita Islam menutup aurat,<sup>17</sup> dan penghapusan Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) sekiranya mereka berkuasa.<sup>18</sup>

Kritikan negatif juga dilemparkan ke atas pemimpin PH yang juga bekas pemimpin kanan BN yang bersekutu dengan DAP seperti Daim Zainudin dan Rafidah Aziz. BN menyifatkan pemimpin-pemimpin tersebut sebagai pengkhianat Melayu dan sebagai paling korup semasa berada dalam pentadbiran

negara.<sup>19</sup> Begitu juga Mahathir sebagai punca berlakunya beberapa skandal semasa pentadbirannya seperti Forex, Perwaja Steel dan kegagalan projek kereta pertama Proton. Mahathir juga dianggap sebagai mudah dipergunakan oleh DAP bagi mendapatkan sokongan dan meraih simpati rakyat seperti mendedahkan bahawa terdapat perancangan memasukkan Mahathir ke dalam hospital. Kelemahan yang wujud dalam pentadbiran negeri yang diterajui pembangkang di Selangor dan Pulau Pinang seperti masalah air yang sering terganggu, banjir, sampah dan Rumah Selangorku yang mahal walaupun dibina oleh kerajaan negeri turut dieksploitasi oleh BN.<sup>20</sup> Perkara-perkara ini telah merendahkan kemampuan pembangkang untuk mentadbir negara sekiranya memenangi pilihan raya dan seterusnya menjauhkan pengundi dari mengundi mereka.

Selain itu, pelbagai isu yang dianggap sebagai memfitnah telah dijawab oleh pemerintah. Ini bertujuan mengekalkan sokongan dari kalangan *median voter* di samping mempertahankan kredibiliti kerajaan. Contohnya Rafizi Ramli dari PH mengatakan bahawa kemenangan percuma Menteri Besar Negeri Sembilan di kerusi Rantau adalah kerana calon pembangkang dihalang polis untuk menghantar borang pencalonan. Walau bagaimanapun, BN mempertahankan kemenangan kerana kesilapan calon itu sendiri.<sup>21</sup> Terdapat juga tuduhan yang mengatakan kapal terbang Mahathir disabotaj BN ketika memulakan perjalanan ke Langkawi, kawasan beliau bertanding. Namun BN menegaskan yang tidak ada aktiviti pensabotaj, sebaliknya kapal terbang tersebut mengalami masalah teknikal yang menyebabkan perjalanan tidak boleh diteruskan.<sup>22</sup> Terdapat banyak isu yang diuar-uarkan oleh pembangkang yang dianggap sebagai fitnah oleh pemerintah dijawab bagi mengekalkan sokongan *median voter*. Selain itu BN juga memainkan isu jangkaan buruk kepada Melayu dan Islam jika PH memenangi pilihan raya seperti ancaman terhadap institusi bumiputera, UITM, MARA, Tabung Haji dan sebagainya.<sup>23</sup>

Pada masa yang sama BN menjanjikan kemakmuran kepada negara sekiranya dipilih sebagai pemerintah negara pada penggal berikutnya. Manifesto bertemakan Hebatkan Negaraku meliputi pelbagai tawaran kepada pelbagai lapisan pengundi. Hebatkan Negaraku bermatlamat membawa Malaysia kepada sebuah negara hebat dan mengangkat kesejahteraan masyarakat.<sup>24</sup> Kepada golongan pekerja, manifesto BN menawarkan cuti kepada suami yang isterinya bersalin sebanyak tiga hari bagi pekerja swasta dan sepuluh hari bagi pekerja kerajaan, gaji minimum ditingkatkan daripada RM1050 kepada RM1500 secara berperingkat dan kenaikan gaji kakitangan awam.<sup>25</sup> Manifesto bagi tujuan pembangunan masyarakat pula mencakupi janji untuk membela golongan miskin di kawasan luar bandar dan bandar, pembangunan infrastruktur seperti sekolah, hospital dan balai polis serta penerusan agenda pembangunan kawasan luar bandar. Tawaran-tawaran tersebut merupakan sesuatu yang diperlukan oleh golongan *median voter* untuk hidup lebih selesa. BN juga menegaskan bahawa janji mereka bukan



sekadar janji kerana telah dibuktikan sewaktu pentadbiran sebelum ini menerusi pelbagai inisiatif kepada rakyat seperti Skim Latihan 1 Malaysia (SLIM), Amanah Dana Anak Malaysia 2050 (ADAM50), Skim Pembiayaan Peningkatan Perniagaan (SPIM), Bantuan Latihan Perantis (BLP), bantuan kepada Felda, elaun bulanan nelayan dan sebagainya.<sup>26</sup> Penekanan kepada kejayaan pemerintahan membolehkan pengundi menilai dan terus mengundi parti pemerintah pada penggal berikutnya. Rakyat oleh itu diminta supaya berterusan menyokong pakatan pemerintah supaya kesinambungan pelbagai kemajuan dapat diteruskan.

Manakala bagi pihak pembangkang Malaysia pula, pilihan raya pada tahun 2018 menyaksikan beberapa isu utama telah dikenal pasti menjadi tumpuan *median voter*. Antaranya adalah isu rakyat yang mencakupi bebanan cukai barang dan perkhidmatan (GST) yang diperkenalkan pada 1 April 2015, kos sara hidup yang semakin meningkat, laluan bertol di lebuh raya yang membebankan dan hutang Perbadanan Tabung Pendidikan Tinggi Nasional (PTPTN) yang tidak mampu ditanggung oleh golongan muda. Masalah integriti dan rasuah juga menjadi tumpuan rakyat, terutamanya dalam syarikat pelaburan strategik negara, IMDB dan pemindahan wang sebanyak RM2.6 bilion<sup>27</sup> ke akaun peribadi Perdana Menteri Najib Razak yang menjadi polemik besar. Isu-isu ini menjadi kritikan negatif PH ke atas BN. Contohnya kos sara hidup yang tinggi dikaitkan dengan pengenalan GST sebanyak 6% pada tahun 2015 telah digunakan secara meluas oleh PH bagi membangkitkan kemarahan rakyat.<sup>28</sup> PH menjanjikan penghapusan GST sekiranya memenangi pilihan raya kerana ia sangat membebankan rakyat. Tambahan lagi cukai ini didakwa memeras golongan miskin yang sepatutnya tidak perlu membayar tetapi terpaksa berbuat demikian. Presiden Parti Keadilan Rakyat (PKR) iaitu salah satu parti komponen PH, Wan Azizah menambah lagi kegelisahan pengundi dengan menegaskan GST akan dinaikkan lagi sehingga 9% sekiranya BN memenangi pilihan raya.<sup>29</sup> Walaupun BN membidas kritikan pembangkang dengan menjelaskan bahawa tidak ada kenaikan kadar GST pada masa akan datang tetapi ia tidak dapat memadamkan persepsi buruk rakyat terhadap pemerintah. BN juga turut menerangkan cara penggunaan GST yang dikutip dengan menyalurkan bantuan secara berterusan kepada rakyat termasuk di negeri yang ditadbir oleh pembangkang. GST juga disifatkan sebagai penyelamat ekonomi negara ketika sumber utama kewangan dari industri gas dan petroleum mengalami kemerosotan akibat penurunan harga bahan tersebut.

Pembangkang juga menjanjikan penghapusan pembayaran hutang PTPTN sekiranya memenangi pilihan raya. Janji tersebut memberi harapan baharu kepada pengundi muda yang baharu menamatkan pengajian dan terbeban dengan hutang tersebut. Pada pilihan raya tahun 2018 menyaksikan 1.7 juta pengundi yang pertama kali mengundi dan majoritinya adalah pengundi muda yang baharu memulakan penghidupan.<sup>30</sup> Majoriti mereka ini adalah golongan berpendapatan rendah (B40) dan berkehendakkan hutang

pendidikan dihapuskan seperti yang dijanjikan oleh pembangkang. Tambahan pula pembangkang turut memainkan isu harga barang dan kos sara hidup tinggi. Golongan muda yang terkesan dengan bebanan hutang pendidikan, ditambah lagi dengan kos sara hidup yang tinggi berikutan harga minyak tinggi, dan pada masa yang sama pengurangan subsidi oleh kerajaan, menyebabkan mereka menyokong pembangkang. Kos sara hidup yang tinggi juga bukan hanya dirasakan oleh golongan muda, tetapi juga semua lapisan masyarakat bandar dan luar bandar. Masalah ini dikongsi oleh semua pihak yang menyebabkan mereka menjadi *median voter* dalam berhadapan dengan kos sara hidup yang tinggi.

Isu rasuah, kronisme, penerimaan RM2.6 bilion dari kerajaan Arab Saudi yang tidak telus, berlian merah jambu yang dikaitkan dengan isteri Perdana Menteri dan pembelian kapal mewah turut menjadi tumpuan umum. Namun isu 1MDB menjadi ibu segala skandal yang membangkitkan kemarahan rakyat.<sup>31</sup> Isu-isu ini dimainkan pembangkang sehingga membangkitkan kebencian yang mendalam dalam kalangan pengundi. Malahan perkataan kerajaan kleptokrasi, kerajaan penyamun, perompak, penyangak diulang berkali-kali bagi menimbulkan persepsi negatif kepada BN dan menimbulkan kebencian tiada batasan.

Untuk memperbaiki kerosakan yang dilakukan oleh BN, PH memperkenalkan manifesto bertemakan Membina Negara Memenuhi Harapan yang bermatlamat membawa kemajuan negara dan memenuhi harapan rakyat. Dengan kata lain, slogan PH bermatlamat meringankan beban kehidupan rakyat, mereformasikan institusi pentadbiran dan politik serta merencanakan pertumbuhan ekonomi yang adil.<sup>32</sup> Manifesto populis<sup>33</sup> yang ditawarkan oleh PH menumpukan kepada meringankan beban rakyat dengan menjanjikan pelbagai penghapusan hutang dan cukai. Dari segi pendidikan, mereka juga menawarkan pendidikan percuma kepada seluruh lapisan masyarakat, pemberian biasiswa dan pinjaman pelajaran serta penghapusan hutang PTPTN. Manakala bagi masyarakat pula PH menjanjikan penghapusan tol di seluruh lebuh raya dan gaji minimum RM1500. Tawaran-tawaran ini menjadi tarikan pengundi kerana meringankan beban yang ditanggung pada masa pentadbiran BN.<sup>34</sup>

Seperti BN, PH juga menjadikan kejayaan memakmurkan negeri di bawah pentadbirannya sebagai contoh kredibiliti kepemimpinan dan kesediaan untuk memerintah di peringkat kerajaan pusat. Contohnya kejayaan pentadbiran di kedua-dua negeri tersebut adalah seperti memperkenalkan bantuan penghargaan warga emas, ibu tunggal, orang kelainan upaya (OKU), anak emas dan Program Skim Pelajar Emas.<sup>35</sup> Dengan kata lain, pembangkang membuktikan bahawa mereka telah berjaya menjaga kebajikan rakyat walaupun kedudukan mereka bukan sebagai pemerintah kerajaan pusat. PH menjanjikan masa depan yang lebih baik, kerajaan berhema dan amanah sekiranya berjaya menguasai pentadbiran peringkat persekutuan.

Manakala di Jepun, *median voter* dikenal pasti melalui pungutan

suara yang dijalankan oleh Kyodo Opinion Poll berkaitan keutamaan pengundi dalam membuat keputusan dalam pilihan raya. Dari pungutan suara tersebut didapati bahawa isu keselamatan sosial seperti pencen dan kadar kelahiran yang rendah, isu ekonomi seperti persekitaran perniagaan dan peluang pekerjaan, keselamatan dan diplomasi, rombakan perlembagaan dan pembinaan semula fiskal (fiscal reconstruction) menjadi keutamaan.<sup>36</sup>

Walau bagaimanapun, parti pemerintah iaitu LDP tidak mengikuti keutamaan seperti yang diperolehi daripada pungutan suara yang jalankan oleh Kyodo Opinion Poll. LDP menggunakan tema kempen pilihan raya *Kono Kuni Wo Mamori Nuku* (Melindungi Negara Ini). Penggunaan tema pilihan raya ini mencerminkan keadaan semasa Jepun yang tidak stabil berikutan ancaman daripada negara sekitarnya, terutamanya dari Korea Utara.<sup>37</sup> Malahan isu ini juga menjadi penyebab mengapa Perdana Menteri Jepun Shinzo Abe membubarkan Dewan Rendah lebih awal dari tempoh matang pentadbiran beliau.<sup>38</sup> Isu keselamatan juga dikaitkan dengan rancangan pemindaan Perkara 9 Perlembagaan Jepun yang mengekang Jepun dari bergiat aktif dalam penghantaran tentera keluar negara dan melindungi negara dari diserang musuh.<sup>39</sup> Dalam kempen pilihan raya, LDP menekankan rombakan perlembagaan Jepun dan melindungi rakyat dari ancaman Korea Utara seperti ujian peluru berpandu yang kerap kali melangkaui kepulauan Jepun.<sup>40</sup> Malahan rejim Korea Utara telah melancarkan peluru berpandu di utara Jepun beberapa minggu sebelum pembubaran Dewan Rendah sehingga mencetuskan peringatan untuk Jepun membangunkan kemampuan persenjataannya untuk menyerang Korea Utara.

Walaupun isu-isu ekonomi tidak diletakkan di tempat pertama dalam kempen LDP, tetapi strategi pembangunan ekonomi negara melalui Abenomics yang popular dalam kalangan pengundi Jepun tidak dilupakan dalam setiap kempen pilihan raya. Malahan perkataan Abenomics iaitu dasar merangsang pertumbuhan ekonomi Jepun melalui pelonggaran perbelanjaan fiskal kerap digunakan dalam manifestonya.<sup>41</sup> LDP menawarkan peningkatan pendapatan dengan peningkatan produktiviti, membantu industri kecil (SME) serta langkah untuk menarik pelancong ke Jepun. Langkah LDP menggunakan Abenomics adalah sejajar dengan pungutan suara yang menunjukkan bahawa pengundi muda cenderung untuk mengundi LDP kerana berjaya memulihkan ekonomi dan menambah peluang pekerjaan. Mereka ka merasakan bahawa tidak perlu mengundi parti lain kerana berpuas hati dengan prestasi LDP.<sup>42</sup>

Isu keselamatan sosial juga ditekankan di mana masalah kadar kelahiran penduduk Jepun yang rendah perlu ditangani kerana ia juga melibatkan pencergasan semula ekonomi Jepun. Jepun memerlukan bilangan penduduk muda yang ramai supaya tenaga kerja terus mencukupi bagi tujuan pembangunan negara selain menanggung kos penjagaan golongan warga tua yang semakin tinggi. Antara langkah jangka masa pendek yang dijanjikan bagi mengatasi masalah kekurangan tenaga kerja adalah menggalakkan

wanita kembali bekerja dengan membina persekitaran kerja yang sesuai. Bagi menampung kos sara hidup tinggi yang juga merupakan salah satu faktor mengapa keluarga di Jepun memilih untuk tidak mempunyai anak atau memiliki keluarga kecil adalah menyediakan insentif seperti pendidikan percuma kepada kanak-kanak berumur tiga hingga lima tahun.<sup>43</sup> Penekanan juga diberikan kepada pelan jangkamasa panjang untuk kanak-kanak di Jepun seperti memperluaskan pemberian biasiswa dan bantuan kehidupan pendidikan tinggi.

Seperti BN, parti pemerintah Jepun dalam kempen pilihan rayanya turut menguar-uarkan kejayaan pentabiran mereka sebelum ini dengan menekankan peningkatan GDP sebanyak 50 trilion yen, keberkesanan dasar ekonomi Abenomics yang meningkatkan peluang pekerjaan, peningkatan indeks Nikkei dan rezab simpanan negara, peningkatan pendapatan isi rumah dan peningkatan kedatangan pelancong sebanyak tiga kali ganda.<sup>44</sup> Perkara ini ditekankan dalam kempen pilihan raya supaya pengundi mempercayai kredibiliti LDP sebagai pemerintah dan seterusnya memilih mereka semula bagi penggal berikutnya.

Dari segi kritikan negatif pula didapati bahawa pengisian dalam media sosial milik LDP tidak terdapat kritikan ke atas parti pembangkang. Namun, pemerhatian dalam ucapan Shinzo Abe dalam kempen pilihan raya di Akihabara, Tokyo terdapat kritikan ke atas parti yang memerintah negara sebelum ini iaitu Parti Demokratik Jepun (DPJ). Walau bagaimanapun SDP telah dibubarkan pada tahun 2016 berikutan pepecahan dalam parti tersebut. Oleh itu serangan tersebut tidak kepada parti-parti seterusnya, sebaliknya kepada parti pemerintah terdahulu yang bertujuan membezakan dasar pentadbiran mereka lebih baik berbanding sebelumnya.

Manakala CDP sebagai parti pembangkang terbesar menyerang parti pemerintah dalam pelbagai isu, termasuk perluasan jurang ekonomi yang semakin melebar di bawah pentadbiran LDP, perancangan menaikkan cukai pengguna dari 8% ke 10%, penerusan penggunaan logi tenaga nuklear yang membahayakan rakyat<sup>45</sup> serta ketidaktelusan dalam penyampaian maklumat, terutamanya dalam dua skandal berprofil tinggi iaitu Moritomo dan Kake Gakuen (skandal Mori-Kake). Selain itu CDP mengatakan LDP sebagai parti politik yang tidak mendengar denyut nadi rakyat dan sifatkan sebagai mengamalkan politik dari atas (politics from above) dan mereka sebagai politik dari bawah (politics from below).<sup>46</sup> Parti pembangkang berjanji akan dengar suara akar umbi dan bersedia untuk mengubah negara ke arah yang lebih baik. Oleh itu CDP menegaskan adalah perlu untuk menjatuhkan LDP melalui kerjasama dengan semua pihak.

CDP mengeksploitasi skandal Mori-Kake sepenuhnya sebagai kecurangan parti pemerintah terhadap rakyat kerana terdapat elemen kronisme yang merugikan negara.<sup>47</sup> Bagi CDP, skandal Moritomo Gakuen contohnya melibatkan pemberian diskaun yang tinggi bagi pembelian tanah

awam oleh operator sekolah rendah yang dikaitkan dengan isteri Abe, Akie. Akie kemudiannya dilantik sebagai pengetua kehormat di sekolah tersebut yang membangkitkan kesangsian kepada rakyat tentang peranannya dalam penjualan tanah tersebut. Manakala Kake Gakuen pula melibatkan penubuhkan jabatan veterinar di universiti yang diterajui oleh rakan rapat Abe dan mendapat pengiktirafan sebagai *National Strategic Special Zone*. Dokumen penglibatan Abe dalam permohonan jabatan tersebut telah dibocorkan melalui Kementerian Pendidikan.<sup>48</sup> Kritikan ke atas isu ini adalah kerana campurtangan pembantu Abe dalam isu berkenaan sehingga pengiktirafan diperolehi. Walau bagaimanapun pembangkang melihatnya sebagai penglibatan secara tidak langsung Abe melalui pembantunya.<sup>49</sup> Ia juga melibatkan persoalan keadilan dalam kelulusan permohonan untuk mendapatkan pengiktirafan kerajaan. CDP mendesak supaya kerajaan lebih telus dan menghormati hak rakyat untuk mengetahui cara Abe mengendalikan kedua-dua skandal tersebut.<sup>50</sup>

Setelah menyerang LDP dalam kempen pilihan rayanya, CDP menawarkan kepada pengundinya manifesto terbaik bagi mencapai kemakmuran negara. CDP menggunakan tema *Daisakusen* (Strategi Agong) dalam kempen pilihan rayanya. Tema ini digunakan di setiap prefektur di Jepun di mana calon CDP bertanding. Perkataan *Daisakusen* yang diletakkan pada akhir nama setiap prefektur di Jepun seperti Kanagawa *Daisakusen*, Osaka *Daisakusen* dan Tokyo *Daisakusen* menyampaikan maksud bahawa menawan setiap prefektur merupakan strategi tertinggi mereka.<sup>51</sup> Walau bagaimanapun manifesto CDP tidak mengikut keutamaan pengundi seperti yang diperolehi daripada pungutan suara oleh Kyodo Opinion Poll. CDP memberi keutamaan kepada keadilan dalam pengagihan pendapatan, menghapuskan logi tenaga nuklear, kepelbagaian dan pluraliti dalam masyarakat dan melindungi perlembagaan dari diubah oleh parti pemerintah.<sup>52</sup> CDP menggunakan isu ekonomi dari sudut yang berbeza dengan LDP seperti merapatkan jurang ekonomi yang semakin meluas akibat daripada pengenalan Abenomics.<sup>53</sup> Manakala penolakan logi tenaga nuklear di Jepun adalah kerana tidak mahu tragedi kebocoran logi tersebut di Fukushima berulang.<sup>54</sup> CDP menegaskan bahawa tanpa loji nuklear, Jepun juga akan terus maju. Kepelbagaian pula adalah bermaksud bertoleransi dengan golongan lesbian, gay, biseksual dan transgender (LGBT) dan orang kelainan upaya (OKU) serta meraikan kepelbagaian tersebut. Manifesto CDP yang tidak mengikut kehendak *median voters* dianggap sebagai sesuatu yang merugikan kerana mereka telah tahu kehendak pengundi. Malahan CDP lebih memperjuangkan perkara-perkara dalam manifestonya sejajar dengan ideologi parti tersebut yang berhaluan kiri, iaitu lebih kepada fahaman sosialis.

## Penggunaan Teknik

Terdapat persamaan dan perbezaan penggunaan teknik berkempen dalam pilihan raya di Malaysia dan Jepun oleh parti pemerintah atau pembangkang. Pertama

adalah dengan mengadakan ceramah secara berkumpulan. Teknik berceramah adalah sangat efektif memandangkan calon dan pengundi dapat bertemu dan mendengar hujahan yang disampaikan secara langsung. Malahan ucapan yang meyakinkan akan dapat mempengaruhi pengundi supaya mengundinya. Oleh kerana parti-parti politik di Malaysia mengadakan pakatan antara mereka, maka ceramah yang diadakan adalah secara berkumpulan. Perkara ini tidak berlaku di Jepun kerana parti-parti ini bertanding secara individu dan hanya mengadakan ceramah dengan dibantu oleh ahli-ahli dari parti yang sama sahaja. Teknik berceramah dengan bantuan daripada parti yang lain didapati berjaya menarik lebih banyak khalayak dari pelbagai penyokong parti. Begitu juga dari segi isi kandungan ceramah yang disampaikan adalah lebih bervariasi berbanding hanya satu parti. Walau bagaimanapun persekitaran politik yang berbeza antara Jepun dengan Malaysia menyebabkan tidak terdapat perbezaan yang nyata dari segi persaingan kerana semua parti yang bertanding di Jepun adalah menentang sesama parti, manakala di Malaysia adalah menentang antara pakatan parti.

Dari segi tempat mengadakan ceramah pula, di Jepun biasanya diadakan di stesen-stesen keretapi utama yang menjadi tumpuan khalayak berbeza dengan di Malaysia yang banyak menggunakan kawasan kediaman serta tanah lapang. Stesen keretapi menjadi pilihan kerana ia menjadi tumpuan orang ramai untuk bergerak dari satu tempat ke tempat yang lain. Dalam siri ceramah yang disampaikan oleh LDP di stesen Akihabara, Tokyo contohnya berjaya menarik khalayak sehingga 8000 orang. Ini kerana kedudukan stesen tersebut adalah berhampiran dengan pusat membeli belah barangan elektrik dan elektronik yang terkenal di Jepun serta menjadi tempat transit bagi pertukaran ke laluan keretapi yang lain. Sesuatu yang menarik dalam kedua-dua negara adalah seiring dengan kemajuan teknologi dan komunikasi, siri ceramah yang dijalankan disiarkan melalui pelbagai saluran secara langsung seperti Facebook dan Twitter serta Youtube. Penyebaran melalui media-media ini membolehkan pengundi yang tidak berada tempat ceramah dapat juga turut serta mendengar ceramah yang disampaikan. Malahan dalam pilihan raya di Malaysia didapati bahawa jumlah tontonan dari laman sosial mencecah sehingga 3.4 juta orang pada malam terakhir kempen pilihan raya. Ucapan Mahathir bertajuk Pesanan Perdana Tun Dr. Mahathir Mohamad juga menerima 70 ribu suka (*like*), 45 ribu komen dan 54 ribu perkongsian<sup>55</sup> yang menunjukkan keberkesanan penggunaan media sosial dalam berkempen dalam pilihan raya.

Selain ceramah yang menghimpunkan penonton dalam jumlah yang besar, kempen secara kecil-kecilan turut dijalankan. Dalam kes Jepun, kerjasama dengan *koenkai* (persatuan penyokong) seperti *Mama no kai* (persatuan ibu) adalah sangat signifikan terutamanya bagi meraih undi di peringkat akar umbi. Kempen berskala kecil adalah dengan mengadakan lawatan ke tempat-tempat awam berikutan undang-undang pilihan raya Jepun tidak membenarkan kempen pintu ke pintu kerana dibimbangi terlibat dengan

aktiviti rasuah akibat perbelanjaan yang tinggi dalam aktiviti tersebut.<sup>56</sup> Aktiviti *koenkai* semasa jangkamasa kempen pilihan raya berfungsi sebagai jentera pilihan raya yang menguruskan aktiviti calon semasa melawat ke tempat awam.<sup>57</sup> Manakala di Malaysia pula, calon mempunyai pasukan jentera parti yang membantunya dalam pilihan raya sendiri. Kumpulan ini tersusun dari segi gerak kerja dengan menganjurkan aktiviti kemasyarakatan seperti kenduri kendara, rawatan kesihatan bergerak, lawatan ke pasar dan tempat awam dan sebagainya. Tidak seperti di Jepun, lawatan rumah ke rumah juga dijalankan bagi menyampai mesej parti. Malahan lawatan rumah ke rumah adalah teknik berkesan bagi pengundi mengenali calon dengan lebih dekat.

Dari segi penggunaan poster, kain rentang dan brosur, parti-parti politik di Malaysia dan di Jepun didapati menggunakan pendekatan yang sama. Walau bagaimanapun dari segi pengimplementasiannya terdapat perbezaan yang nyata kerana undang-undang pilihan raya yang berbeza. Di Jepun, poster-poster didapati kurang kepelbagaian dari segi saiz dan bentuk berbanding di Malaysia. Begitu juga dari segi lokasi barangan kempen tersebut diedarkan di mana di Jepun ia hanya diedarkan di kawasan yang telah ditetapkan sahaja. Kekangan yang disebabkan oleh peraturan pilihan raya memperlihatkan kempen pilihan raya di Jepun kurang berwarna warni berbanding Malaysia. Di Malaysia poster-poster dan kain rentang dibenarkan digantung di merata-rata tempat selagi tidak mengganggu ketenteraman awam. Gambar pemimpin pusat dan negeri seperti Anwar Ibrahim, Hadi Awang dan Najib Razak digantung bersama calon yang bertanding supaya dapat menarik pengundi untuk mengundi parti yang disokong. Terdapat juga replika yang pelbagai bentuk seperti wau bulan, kereta kebal dan sebagainya yang tidak terdapat di Jepun tetapi digunakan secara meluas di Malaysia. Selain itu kata-kata memuji dan mengkritik parti lawan juga dimuatkan pada poster dan kain rentang serta digantung di merata tempat sepanjang berkempen. Penggunaan poster dan sebagainya sebagai medium berkempen adalah signifikan terutamanya bagi mengingatkan pengundi tentang siapa calon yang bertanding, parti yang diwakili serta menarik perhatian dengan pelbagai bentuk dan warna. Oleh sebab itu walaupun kos yang tinggi diperlukan bagi membuat dan menggantung poster-poster tersebut, namun setiap kali pilihan raya diadakan, penggunaan poster adalah satu kewajipan.

Seperti dijelaskan sebelum ini, media sosial seperti Facebook dan Twitter turut digunakan bagi menyiarkan ceramah yang disampaikan oleh calon dan parti yang bertanding. Walau bagaimanapun, penggunaan media sosial semakin penting dan meluas dalam menjayakan kempen pilihan raya. Malahan ia juga merupakan teknik yang sangat luas penggunaannya pada pilihan raya di kedua-dua buah negara. Pelbagai fungsi media sosial digunakan seperti untuk mengingatkan pengundi tentang hari mengundi, tempat ceramah diadakan, menyebarkan manifesto parti, wawancara dengan calon yang bertanding, penerangan tentang dasar kerajaan dan menyebarkan gambar-gambar terkini

kempen pilihan raya. Melalui media sosial keseluruhan isi kempen pilihan raya dapat disebar kepada khalayak dengan cepat, tepat dan terkini. Walau bagaimanapun, berdasarkan pemerhatian pengkaji terdapat perbezaan dari segi pengisian dalam media sosial antara Jepun dan Malaysia. Akaun Twitter milik LDP yang dikaji menunjukkan bahawa tidak terdapat kritikan ke atas parti lawan atau memberi respons terhadap kritikan dan fitnah parti lawan.<sup>58</sup> Begitu juga akaun Facebook milik CDP memuatkan sangat minima bilangan kritikan ke atas parti lawan kerana bimbang dengan ketidakpastian fakta yang boleh membawa kepada kes mahkamah.<sup>59</sup> Selain itu kritikan yang keterlaluan akan menimbulkan keresahan terhadap pendengar yang menyebabkan mereka menjauhi parti tersebut.<sup>60</sup> Penggunaan media sosial mendapat sambutan terutamanya kepada parti pembangkang yang kurang mendapat peluang untuk muncul di televisyen dan radio milik kerajaan mahupun swasta. Berikutan terhadnya peluang untuk berkempen di televisyen, siaran berita sendiri telah diperkenalkan oleh parti pembangkang di Malaysia melalui media sosial seperti KiniTV.

Dalam pilihan raya kali ini juga, video-video pendek khas bagi tujuan pilihan raya dan menanam propaganda dan membangkitkan persepsi buruk terhadap parti lawan turut dibuat. Bagi parti politik Malaysia, PH menerbitkan video pendek Mahathir sebagai aktor utama yang penuh emosional dan melankolik<sup>61</sup> yang menggambarkan masa sudah suntuk untuk menyelamatkan Malaysia yang semakin tenat berikutan skandal yang memalukan. Manakala video-video pendek yang dilakonan oleh Tony Pua dalam bentuk jenaka turut mendapat perhatian ramai kerana mudah difahami dan mempunyai maksud yang mendalam. Video ini menjawab tuduhan BN tentang air percuma, kebankrapan Selangor serta kerajaan rasuah perlu dihapuskan, berlian merah jambu, kapal layar mewah, 1MDB dan sebagainya.<sup>62</sup> Kesemua video ini disiarkan melalui saluran Youtube dan dapat ditonton sehingga ke hari ini. Di Jepun media lain yang digunakan adalah televisyen atas talian yang mengetengahkan wawancara dengan calon dan pemimpin politik. LDP menyiarkan rancangan temubual televisyen atas talian secara langsung yang dinamakan *Nikoniko Nama Hosu* bersama perantara Wada Masumune. Aplikasi talian menggunakan telefon bimbit juga digunakan secara meluas seperti LINE di Jepun dan WhatsApp di Malaysia. Penggunaan aplikasi ini adalah sama seperti media sosial yang lain iaitu bertujuan menyeru pengundi supaya datang mengundi, menyebarkan maklumat, berita, menerangkan tentang parti dan calon dan memuatkan pesanan supaya mengingatkan rakan-rakan untuk mengundi.

Akhbar arus perdana dan atas talian juga berperanan penting sebagai wahana penyampaian berita dan propaganda parti-parti yang bertanding. Selain itu ia digunakan untuk mengkritik pihak lawan yang berpotensi meninggalkan kesan negatif kepada pembaca. Terdapat syarikat akhbar yang cenderung kepada parti pembangkang dan pemerintah, serta bersifat neutral. Berita Harian dan Utusan Malaysia adalah cenderung kepada pelaporan propaganda



BN manakala Malaysia Kini, Selangor Kini dan Malaysia Today cenderung kepada PH. Manakala Sinar Harian dan Astro Awani lebih bersifat neutral. Manakala di Jepun, akhbar seperti Yomiuri dan Sankei Shimbun cenderung mendokong ideologi LDP, sebaliknya Asahi dan Mainichi Shimbun cenderung berhaluan kiri seperti diperjuangkan oleh CDP.

## Kesimpulan

Dari perbincangan di atas dapat disimpulkan bahawa parti politik Malaysia menggunakan campuran strategi positif dan negatif dalam kempen pilihan raya kerana persaingan adalah sengit dalam pilihan raya kali ini. Oleh itu pengekslotasian kelemahan yang ada pada lawan masing-masing adalah strategi ampuh bagi mencapai kejayaan. Kedua-dua pihak sentiasa memusatkan matlamat dan agenda mereka untuk menjatuhkan seteru masing-masing dengan menggunakan segala strategi yang ada. Bagi pihak pembangkang, kedudukan mereka sebagai pembangkang memberi kelebihan untuk menilai sepanjang perjalanan pentadbiran pemerintah. Mengkritik kerajaan adalah mudah kerana kelemahan dan kekurangan akan lebih menonjol berbanding kebaikan dan manfaat yang telah diterima selama ini. Dasar yang diperkenalkan kerajaan sentiasa terdedah kepada pelbagai persepsi rakyat. Pembangkang oleh itu berjaya menanam persepsi dan propaganda supaya membenci parti pemerintah sebencinya melalui kempen pilihan rayanya. Walaupun kerajaan menjawab segala kritikan tetapi ia tidak dapat menangani persepsi buruk yang berjaya ditanam oleh pembangkang. Kerajaan turut menjelaskan kejayaan yang telah mereka hasilkan selama ini sebagai pemerintah, tetapi tidak berjaya untuk menyakinkan pengundi. Begitu juga janji dalam manifesto yang bermatlamat memperhebatkan negara juga tidak berjaya menangani persepsi negatif. Dari suatu segi, cara berkempen parti politik di Malaysia dilihat keterlaluan, tetapi ia sangat berkesan sehingga berjaya menjatuhkan pentadbiran BN yang selama ini bertahan selama 60 tahun. BN gagal meraih majoriti mudah sebanyak 112 dari 222 kerusi parlimen yang dipertandingkan apabila hanya memenangi 79 kerusi.

Bagi parti politik Jepun, didapati bahawa mereka kurang agresif berbanding Malaysia. Walaupun parti-parti pembangkang mengkritik pemerintah, tetapi masih lagi di tahap tidak keterlaluan. Oleh itu isu-isu yang bangkitkan tidak berjaya membenihkan persepsi negatif ke atas pemerintah. Pada masa yang sama sokongan rakyat kepada LDP adalah masih lagi pada peringkat tinggi walaupun diserang oleh skandal Mori-Kake. Abe juga sangat popular di kalangan pengundi dan mereka memberi penilaian yang tinggi terhadap pencapaian yang telah dilaksanakan pemerintah. Dari segi isu yang dimainkan LDP dilihat lebih memfokuskan kepada agenda parti yang diterjemahkan ke dalam manifesto dan dilaung-laungkan dalam ceramah pilihan rayanya. Strategi kempen pilihan raya LDP dilihat lebih teratur dengan

memfokuskan kepada *median voter* walaupun tidak mengikut keutamaan yang dari segi susunan. Namun sekurang kurangnya LDP masih lagi menyentuh isu-isu utama yang dikehendaki oleh pengundi. Parti pemerintah lebih menumpukan kepada manifesto yang diperjuangkan berbanding menyerang parti lawan. CDP sebaliknya tidak mengikut isu-isu utama yang diperolehi dari pungutan suara, tetapi lebih memfokuskan kepada isu yang diperjuangkan sebagai sebuah parti politik yang berhaluan kiri. Ini merupakan satu kegagalan pembangkang Jepun yang tidak memahami kehendak rakyat.

Dari sudut yang lain, faktor kemenangan LDP adalah kerana parti pembangkang terlalu banyak bertanding sehingga tidak dapat menyaingi LDP yang besar dan sangat berpengalaman. Oleh itu LDP adalah lebih dominan berbanding parti-parti lain. LDP juga bijak mengambil peluang dengan membubarkan parlimen ketika parti pembangkang dalam keadaan berpecah dan lemah. Ini merupakan kelebihan yang diperolehi oleh LDP berbanding BN yang berhadapan dengan pembangkang yang kuat dan bersatu.

Dari segi pengimplementasian teknik pula, berkempen cara tradisional masih lagi diteruskan seperti berceramah, melawat ke tempat-tempat awam dan penggunaan poster. Walau bagaimanapun berikutan kekangan peraturan yang ketat beberapa teknik berkempen yang dijalankan di Malaysia tidak boleh digunakan di Jepun seperti berkempen dari rumah ke rumah. Perang poster lebih meriah dan berwarna-warni di Malaysia berbanding Jepun. Begitu juga medium lain seperti penyebaran *flier* dan sebagainya lebih banyak dieksploitasi di Malaysia berbanding Jepun. Manakala penggunaan media sosial yang dianggap baharu di Jepun berbanding Malaysia walaupun negara tersebut mempunyai kemajuan teknologi yang lebih baik. Parti-parti politik Malaysia mengeksploitasi ruang yang ada di media sosial semaksimum mungkin bagi menyampaikan agenda parti seperti mengkritik, mengecam, memuji dan menyampaikan manifesto parti. Manakala penggunaan media sosial di Jepun dalam pilihan raya tahun 2017 kelihatan kekok. Walaupun Jepun merupakan pengguna media sosial terbesar di dunia tetapi kecenderungan untuk ahli politik menggunakan media sosial hanya untuk memberitahu orang ramai supaya datang ke pasar raya dan menonton mereka memberi ucapan. Ahli politik Jepun menyokong kempen tradisional, bukannya melibatkan diri dengan komuniti baharu pengundi di media sosial yang semakin bertambah setiap hari. Ini menggambarkan bahawa ahli-ahli politik Jepun tidak menggunakan kemudahan media sosial sepenuhnya, sebaliknya hanya berfungsi sebagai pengumuman tempat kempen pilihan raya diadakan.

Keseluruhannya, penilaian tidak boleh dibuat strategi parti politik negara mana yang lebih baik kerana persekitaran politik, geografi, budaya dan undang-undang kedua-dua negara yang berbeza. Walau bagaimanapun pengeksploitasi isu-isu yang ada semaksimum oleh parti politik Malaysia adalah lebih efektif dan efisien berbanding hanya menerangkan manifesto yang akan dijalankan sekiranya memenangi pilihan raya.

Daripada perbincangan di atas didapati bahawa strategi kempen pilihan raya di kedua-dua negara dibentuk melalui pengubahsuaian kerangka yang dibenarkan oleh undang-undang. Kesemua cara berkempen perlu disesuaikan dengan undang-undang yang sangat ketat yang menentukan segala-galanya, termasuk dari pemilihan calon mewakili parti sehingga mencetak dan mengedarkan risalah-risalah pilihan raya. Calon dan parti sedaya mungkin tidak melanggar undang-undang yang ditetapkan supaya kemenangan yang diperolehi tidak boleh dipersoalkan di mahkamah. Sebagai contoh, dalam kes Malaysia, selepas pilihan raya berlangsung, didapati berlaku pelanggaran dari segi undang-undang berkempen di Cameron Highland sehingga pilihan raya semula terpaksa diadakan. Pelanggaran dalam strategi berkempen memberi kesan buruk yang bukan hanya merugikan masa tetapi juga wang ringgit dan risiko kehilangan kerusi yang dimenangi. Perkara ini cuba dielakkan oleh setiap parti dan calon pilihan raya. Walau bagaimanapun dalam beberapa kes pihak berkuasa seperti Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR) dan pihak berkuasa tempatan masih bertimbangrasa dengan parti politik yang melanggar peraturan yang dianggap ringan seperti memasang bendera dan poster parti lebih awal dari minggu dibenarkan. Manakala Jepun yang terkenal dengan tahap pematuhan terhadap peraturan yang tinggi, amat minimum pelanggaran undang-undang pilihan raya dilaporkan.

## Nota Akhir

1. Penulis ingin merakamkan jutaan terima kasih kepada The Japan Foundation kerana menaja projek penyelidikan ini.
2. Sides, J., et.al, *Campaigns & Elections: Rules, Reality, Strategy Choice*, New York, W.W. Norton and Company, 2014, hlm.122.
3. 3-Way Election Battle Taking Shape, *The Yomiuri Shimbun*, 4 Oktober 2017.
4. Japan Election: PM Shinzo Abe Dissolves Parliament. *BBC News*, 28 September 2017.
5. Opposition Party Cooperation Limited, Kibo Aggressively Fields New Candidates Against CDPJ, *The Yomiuri Shimbun*, 12 Oktober 2017.
6. Official Campaigning Kicks Off: Public to Evaluate Abe's Half Decade in Power, *Yomiuri Shimbun*, 11 Oktober 2017.
7. Mohd. Hafizi Ahmad, Wanita Nadi Kepimpinan Negara, *Harian Kosmo*, 5 Mei, 2018.
8. Sim, W., Election Campaign, the Japanese Way. *The Straits Times*, Oktober 17, 2017.
9. Heywood, A, *Key Concept in Politics*, London, MacMillan Press, 2000, hlm. 93.
10. Syed Ahmad Hussein, *Pengantar Sains Politik*. Kuala Lumpur,

- Dewan Bahasa dan Pustaka., 2006, hlm. 19.
11. Heywood, A, *Key Concept in Politics*, London: MacMillan Press, 2000, hlm. 93.
  12. Syed Ahmad Hussein, *Pengantar Sains Politik*, Kuala Lumpur, Dewan Bahasa dan Pustaka. 2006, hlm. 18.
  13. North, D., *Institutions, Institutional Changes and Economic Performance*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990, hlm 3.
  14. Sides, et al. hlm 122.
  15. *Tweet* oleh Barisan Nasional pada 29 April 2018.
  16. Khubah Jumaat Sebar Kebencian, JAKIM Cabar Usaha ke arah Keharmonian? -Lim Kit Siang, *Roket Kini*, 2 Februari 2014.
  17. Mohd. Radzi Mohd. Zin, Jangan Campur Urusan Islam, *Utusan Malaysia*, 13 Februari, 2015.
  18. Kamarul Zaman Yusoff, JAKIM: Bukti PH tiada komitmen daulat Islam. *Harakah Daily*, 6 Februari, 2018.
  19. *Retweeted* oleh Barisan Nasional dari *tweet* yang dibuat oleh Khairy Jamaluddin pada Mei 2017.
  20. *Tweet* oleh Barisan Nasional pada 29 April 2018
  21. *Tweet* oleh Barisan Nasional pada 28 April 2018.
  22. *Tweet* oleh Barisan Nasional pada 29 April 2018.
  23. *Tweet* oleh Barisan Nasional pada 4 Mei 2017.
  24. Manifesto BN Sarat Inisiatif Makro, Mikro., *Berita Harian*. 9 April, 2018.
  25. *Tweet* oleh Barisan Nasional pada 29 April 2018.
  26. *Tweet* oleh Barisan Nasional sepanjang kempen pilihan raya.
  27. Muhamad Nadzri Mohamed Noor & Jamaie Hj. Hamil, “Politik, Pengundi Dan Faktor Melayu/ Bumiputera: Analisis Terhadap Kegagalan Barisan Nasional Dalam Pru 2018”, *Jebat: Malaysian Journal of History, Politics & Strategic Studies*, 2018, 45(2), 388.
  28. Status Facebook oleh Democratic Action Party pada 27 April 2018.
  29. Ucapan Dasar Dr. Wan Azizah di Kongres Nasional Tahunan PKR ke 12, di Dewan Raja Muda Musa, Shah Alam pada Mei 21, 2017.
  30. Zulkifli Jalil, Punca Bn Tewas? *Utusan Malaysia*, 11 Mei, 2018.
  31. Temubual bersama Prof. Dr. Sivamurugan Pandian pada 14 Disember 2018.
  32. W. Saidatul Najemudin, Lima Teras Utama dalam Manifesto Pakatan Harapan, *Sinar Harian*, 9 Mac, 2018.
  33. Muhammad Ariff Asyrul Adnan & Sity Daud, “Manifesto Barisan Nasional dan Kejatuhan Najibnomics dalam Pilihan Raya Umum Ke-14”, *Jebat: Malaysian Journal of History, Politics & Strategic Studies*, 2018, 45(2). 344.
  34. Zulkifli Jalil, Punca Bn Tewas? *Utusan Malaysia*, 11 Mei, 2018.
  35. Status Facebook oleh Democratic Action Party pada 29 April 2018.

36. Maeda, Y., "Public Opinion and the Abe Cabinet: Alternating Valence and Position Issues". in Robert J.P. (ed.), *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*, Palgrave Macmillan.2018, hlm.143.
37. Kushida, K.E., "Abenomics' Third Arrow: Fostering Future Competitiveness?" in Robert J.P. (ed.), *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*. Palgrave Macmillan, 2018, hlm 262.
38. Policies on Pyongyang Hinge on Dialogue or More Pressure. *The Yomiuri Shimbun*, 18 Oktober 2017.
39. Candidates Put Priority on Foreign, Security Policy, *The Yomiuri Shimbun*, 15 Oktober 2017.
40. Official Campaigning Kicks Off: Public to Evaluate Abe's Half Decade in Power. *Yomiuri Shimbun*, 11 Oktober 2017.
41. Katada, S.N., Cheung G., "The First Two Arrows of Abenomics: Monetary and Fiscal Politics in the 2017 Snap Election", in Robert J.P. (ed.) *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*, Palgrave Macmillan, 2018, hlm 243.
42. Mealey, R. Japan Election Campaigns 'A Little Bit Old-Fashioned' with Strict Laws and Billboard Bans, *ABC News*, 14 Oktober, 2017.
43. Maeda, Y., "Public Opinion and the Abe Cabinet: Alternating Valence and Position Issues". in Robert J.P. (ed.), *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*, Palgrave Macmillan.2018, hlm.141.
44. *Tweet* oleh Jiminto Koho dari 10-21 Oktober 2017.
45. Reactor Restarts Expected to be Key Poll Issue, *The Yomiuri Shimbun*, 6 Oktober 2017.
46. *Tweet* oleh Rikken Minshuto pada 21 Oktober 2017.
47. Maeda, Y., "Public Opinion and the Abe Cabinet: Alternating Valence and Position Issues". in Robert J.P. (ed.), *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*, Palgrave Macmillan.2018, hlm.142.
48. Carlson, M.M., & Reed, S.R., "Scandal during the Abe Administration", in Robert J.P. (ed.), *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*, Palgrave Macmillan. 2018, hlm 109.
49. Maeda, Y., "Public Opinion and the Abe Cabinet: Alternating Valence and Position Issues". in Robert J.P. (ed.), *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*, Palgrave Macmillan.2018, hlm.132.
50. Carlson, M.M., & Reed, S.R., "Scandal during the Abe Administration", in Robert J.P. (ed.), *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*. Palgrave Macmillan, 2018, hlm 109.
51. *Tweet* oleh Rikken Minshuto dari 16-21 Oktober 2017.
52. Maeda, Y., "Public Opinion and the Abe Cabinet: Alternating Valence and Position Issues". in Robert J.P. (ed.), *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*, Palgrave Macmillan.2018, hlm.141.
53. Katada, S.N., Cheung G., "The First Two Arrows of Abenomics: Monetary and Fiscal Politics in the 2017 Snap Election", in Robert

- J.P. (ed.) *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*. Palgrave Macmillan, 2018, hlm 243.
54. Reactor Restarts Expected to be Key Poll Issue. *The Yomiuri Shimbun*, 6 Oktober 2017.
  55. Lim May Lee. How Digital Marketing Turned the GE14 Tide. <https://www.rage.com.my/digital-marketing-turned-ge14-tide/#IhOuU3O9gFDAex84.99>
  56. Sim, W., Election Campaign, the Japanese Way. *The Straits Times*, Oktober 17, 2017.
  57. Temubual dengan Prof. Dr. Yukio Maeda pada 12 Februari 2019.
  58. Pemerhatian dari akaun Facebook Democratic Action Party sepanjang kempen pilihan raya berlangsung.
  59. Temubual dengan Prof Dr. Yukio Maeda dari University of Tokyo pada 12 Februari 2019.
  60. Temubual dengan Prof. Dr. Mako Yoshimura dari Hosei University pada 4 Mac 2019.
  61. Muhamad Takiyuddin Ismail & Muhamad Nadzri Mohamed Noor, 2018, "Revolusi Senyap 9 Mei 2018", *Jebat: Malaysian Journal of History, Politics & Strategic Studies*, 45(2), 175.
  62. Pemerhatian dari akaun Twitter LDP sepanjang kempen pilihan raya berlangsung.

## Rujukan

- 3-Way Election Battle Taking Shape. *The Yomiuri Shimbun*. 4 Oktober 2017.
- Candidates Put Priority on Foreign. Security Policy. *The Yomiuri Shimbun*. 15 Oktober 2017.
- Carlson, M.M., & Reed, S.R. 2018. "Scandal during the Abe Administration". in Robert J.P. (ed.). *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*. Palgrave Macmillan.
- Coalition Set for Landslide Win: CDPJ Makes Strong Showing; Kibo No To Likely to Fall Short. *The Yomiuri Shimbun*. 23 Oktober 2017.
- Heywood, A. 2000. *Key Concept in Politics*. London: MacMillan Press.
- Japan Election. PM Shinzo Abe Dissolves Parliament. *BBC News*. 28 September 2017.
- Kamarul Zaman Yusoff. JAKIM: Bukti PH tiada Komitmen Daulat Islam. *Harakah Daily*, 6 Februari, 2018.
- Katada, S.N., Cheung G. 2018. "The First Two Athrow of Abenomics: Monetary and Fiscal Politics in the 2017 Snap Election" in Robert J.P. (ed.) *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*. Palgrave Macmillan.
- Khubah Jumaat Sebar Kebencian. JAKIM Cabar Usaha ke arah Keharmonian?

- Lim Kit Siang *Roket Kini*. 2 Februari 2014.
- Kushida, K.E. 2018. "Abenomics' Third Arrow: Fostering Future Competitiveness?" in Robert J.P. (ed.). *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*. Palgrave Macmillan.
- Lim May Lee. How Digital Marketing Turned the GE14 Tide. <https://www.rage.com.my/digital-marketing-turned-ge14-tide/#IhOuU3O9gFDAex84.99>.
- Maeda, Y. 2018. "Public Opinion and the Abe Cabinet: Alternating Valence and Position Issues". in Robert J.P. (ed.). *Japan Decides 2017: The Japanese General Election*. Palgrave Macmillan.
- Manifesto BN Sarat Inisiatif Makro. Mikro. *Berita Harian*. 9 April 2018.
- Mealey, R. 2017. Japan Election Campaigns 'A Little Bit Old-Fashioned' with Strict Laws and Billboard Bans. *ABC News*. 14 Oktober.
- Mohd. Hafizi Ahmad. Wanita Nadi Kepimpinan Negara. *Harian Kosmo*. 5 Mei 2018.
- Mohd. Radzi Mohd. Zin. Jangan Campur Urusan Islam. *Utusan Malaysia*. 13 Februari 2015.
- Muhamad Nadzri Mohamed Noor & Jamaie Hj. Hamil. 2018. "Politik, Pengundi Dan Faktor Melayu/ Bumiputera: Analisis Terhadap Kegagalan Barisan Nasional Dalam Pru 2018". *Jebat: Malaysian Journal of History, Politics & Strategic Studies*, 45(2).
- Muhamad Takiyuddin Ismail & Muhamad Nadzri Mohamed Noor. 2018. "Revolusi Senyap 9 Mei 2018". *Jebat: Malaysian Journal of History, Politics & Strategic Studies*, 45(2).
- Muhamad Takiyuddin Ismail. 2018. "Kejatuhan Umno dalam Pilihan Raya Umum Ke-14: Analisis Pengajaran Politik". *Jebat: Malaysian Journal of History, Politics & Strategic Studies*, 45(2).
- Muhammad Ariff Asyrul Adnan & Sity Daud. 2018. "Manifesto Barisan Nasional dan Kejatuhan Najibnomics dalam Pilihan Raya Umum Ke-14". *Jebat: Malaysian Journal of History: Politics & Strategic Studies*, 45(2).
- North, D. 1990. *Institutions, Institutional Changes and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Official Campaigning Kicks Off: Public to Evaluate Abe's Half Decade in Power. *Yomiuri Shimbun*, 11 Oktober 2017.
- Opposition Party Cooperation Limited: Kibo Aggressively Fields New Candidates Against Policies on Pyongyang Hinge on Dialogue or More Pressure. *The Yomiuri Shimbun*. 18 Oktober 2017.
- Reactor Restarts Expected to be Key Poll Issue.2017. *The Yomiuri Shimbun*, 6 Oktober 2017.
- Sides, J., et.al. 2014. *Campaigns & Elections: Rules, Reality, Strategy Choice*. New York: W.W. Norton and Company.

- Sim, W. Election Campaign, the Japanese Way. *The Straits Times*. 17 Oktober 2017.
- Syed Ahmad Hussein. 2006. *Pengantar Sains Politik*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Temubual bersama Prof Dr. Yukio Maeda dari University of Tokyo pada 12 Februari 2019.
- Temubual bersama Prof. Dr. Sivamurugan Pandian dari Universiti Sains Malaysia pada 14 Disember 2018.
- Temubual bersama Prof. Dr. Mako Yoshimura dari Hosei University pada 4 Mac 2019.
- Ucapan Dasar Dr. Wan Azizah di Kongres Nasional Tahunan PKR ke 12 di Dewan Raja Muda Musa, Shah Alam pada Mei 21, 2017.
- W. Saidatul Najemudin. Lima Teras Utama dalam Manifesto Pakatan Harapan. *Sinar Harian*. 9 Mac 2018.
- Zulkifli Jalil. Punca Bn Tewas? *Utusan Malaysia*. 11 Mei 2018.

## Nota Biografi

Asmadi Bin Hassan (madisan@um.edu.my) adalah Pensyarah Kanan di Jabatan Pengajian Asia Timur, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya. Beliau memperolehi Ph.D dan Ijazah Sarjana Muda dari Universiti Malaya dan Ijazah Sarjana Undang-undang (Sains Politik) dari Keio University, Jepun. Bidang kepakaran beliau ialah Politik Jepun dan Kerajaan Tempatan Jepun.

Rohayati Binti Paidi (rohayatipaidi@um.edu.my) adalah Pensyarah Kanan di Jabatan Pengajian Asia Timur, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya. Beliau memperolehi Ph.D dari Universiti Malaya dan Ijazah Sarjana Pentadbiran Perniagaan dari Shiga University, Jepun. Bidang kepakaran beliau ialah Budaya dan Masyarakat Jepun.

Muhammad Danial Bin Azman (danial@um.edu.my) adalah Pensyarah Kanan di Jabatan Pengajian Antarabangsa dan Strategik, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya. Beliau memperolehi Ph.D dari University of St Andrews, United Kingdom, Ijazah Sarjana dari University of Bradford dan Sarjana Muda dari Universiti Malaya. Bidang kepakaran beliau ialah Hubungan Asia-Afrika dan Politik Negara Membangun.