

→ MUKA SEPULUH

DARI KACA MATA



Dr Muhammad Fathi Yusof
Felo Penyelidik (Undang-Undang
dan Perlembagaan)
Universiti Teknologi Malaysia



[FOTO HIASAN]

Tempoh 11 hari kempen PRU-14 mencukupi

BH - 11/4/2018 CM/100



Tempoh berkempen perlu sesuai untuk mengelakkan sebarang risiko yang tidak diingini.



PRU14

#jomundi

Semalam, Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR) mengumumkan tarikh penamaan calon dan hari pengundian untuk Pilihan Raya Umum Ke-14 (PRU-14).

Tempoh kempen yang ditetapkan ialah selama 11 hari bermula dari hari penamaan calon pada 28 April ini sehingga hari terakhir sebelum mengundi pada 9 Mei.

Bilangan hari kempen untuk PRU-14 agak pendek, iaitu 11 hari berbanding 15 hari pada PRU-13 dan 13 hari pada PRU-12.

Bagaimanapun, ia lebih panjang berbanding 10 hari pada PRU 1986 dan 1995 serta sembilan hari pada PRU 1990 dan PRU 1999.

Keempat-empat PRU yang menyaksikan tempoh berkempen antara sembilan hingga 10 hari berkenaan berlaku dalam tempoh Tun Dr Mahathir Mohamad menjadi Perdana Menteri.

Tempoh wajar

Persoalannya, adakah tempoh kempen selama 11 hari memadai dan sesuai? Saya beranggapan ia adalah satu tempoh yang wajar.

Pertama, tempoh berkempen itu sebenarnya sekadar tempoh rasmi yang dikira bermula dari penamaan calon hingga hari mengundi. Kempen sebenar sudah berlaku sejak Parlimen dibubar, bahkan lebih awal daripada itu.

SPR dan pihak berkuasa tempatan kelihatan agak berlembut dengan parti politik yang sudah



Pada zaman teknologi maklumat (IT) dan sebaran informasi melalui media sosial kini, setiap parti dan calon sepatutnya tidak perlu risau dengan tempoh kempen yang terhad. Bilangan 11 hari sudah memadai untuk menyebarkan maklumat kepada pengundi, bahkan jika tempoh lama diberikan untuk berkempen, pengundi mungkin akan berasa bosan dan muak dengan kebanjiran bahan kempen yang tersebar sana sini dalam media sosial”

mula memasang bendera parti sejak beberapa minggu lalu.

Bahkan bakal calon untuk setiap kawasan pilihan raya juga sudah pun mula menggerakkan aktiviti turun padang sejak awal lagi.

Sehubungan itu, persoalan pengundi tidak sempat mengenali calon juga bukan suatu isu yang besar.

Tambahan pula setiap gabungan utama parti yang bakal bertanding, iaitu Barisan Nasional (BN), Gagasan Sejahtera dan Pakatan Harapan (PH) sudah melancarkan manifesto masing-masing sebelum ini.

Media sosial saluran kempen

Kedua, pada zaman teknologi maklumat (IT) dan sebaran informasi melalui media sosial kini, setiap parti dan calon sepatutnya tidak perlu risau dengan tempoh kempen yang terhad.

Bilangan 11 hari sudah memadai untuk menyebarkan maklumat kepada pengundi, bahkan jika tempoh lama diberikan untuk berkempen, pengundi mungkin akan berasa bosan dan muak dengan kebanjiran bahan kempen yang tersebar sana sini dalam media sosial.

Ketiga, tempoh kempen yang lama akan meningkatkan perbelanjaan kos pembiayaan pasukan keselamatan dan pentadbiran pilihan raya serta kos kempen untuk parti politik.

Dalam hal ini, pengurangan

tempoh kempen akan menjimatkan kos yang perlu dikeluarkan bagi membiayai keperluan berkaitan.

Keempat, tempoh kempen yang terlalu panjang juga boleh membuka ruang kepada risiko yang menjejaskan keselamatan dan ketenteraman awam.

Oleh itu, tempoh kempen sepatutnya tidak melebihi bilangan 20 hari bagi memastikan keadaan kempen dapat dikawal sebaik-baiknya.

Tidak kurang 10 hari

Tempoh kempen sepatutnya tidak kurang daripada 10 hari agar wujud keseimbangan di antara keperluan untuk memberi hak parti berkempen dan hak pengundi untuk mendapat maklumat.

Ia juga untuk memenuhi keperluan mewujudkan ketenteraman awam serta perbelanjaan berhemah dalam pengurusan politik.

Bagaimanapun, penetapan tarikh pilihan raya kali ini turut mengundang rungutan dari sudut pemilihan hari mengundi yang jatuh pada hari bekerja.

Hari pengundian untuk PRU-14 juga dipilih di tengah-tengah minggu yang mungkin menimbulkan kesulitan kepada pengundi yang mengundi di luar kawasan tempat tinggal mereka.

Apa pun, kita doakan agar PRU-14 pada 9 Mei ini berjalan dengan lancar dan mendatangkan kebaikan untuk semua.