

Setiap orang Indonesia pasti pernah mendengar *Devide et Impera (Del)*. Mulai dari SD sampai perguruan tinggi, *Del* disampaikan kepada kita dalam kajian sejarah. Tujuannya agar kita belajar dan memahami apa sebenarnya *Del*, serta mengetahui tindakan apa yang harus dilakukan agar *Del* tidak digunakan kembali untuk menjajah bangsa Indonesia.

*Del* sendiri menurut pengertian umum adalah politik memecah belah dan menguasai. Strategi ini dipopulerkan oleh Julius Cesar dalam upayanya membangun kekaisaran Romawi. Caranya adalah menimbulkan perpecahan di suatu wilayah sehingga lebih mudah untuk dikuasai.

*Del* pertama kali diperkenalkan di nusantara oleh *Verenigde Ost-indische Compagnie (VOC)*, yakni gabungan beberapa kongsi dagang milik Belanda di Hindia Timur. Karena berbentuk persekutuan, ia dimiliki oleh tujuh belas orang pemilik modal (*de heeren seerentien*). Jika dibandingkan dengan saat ini, kira-kira struktur organisasi VOC hampir sama dengan korporasi besar seperti; Unilever, Coca-Cola, Mc. Moran Inc., Astra Group, MNC Group, Bakrie Group, dan lain sebagainya.

Orientasi VOC adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya, dengan menalukkan raja-raja di nusantara dan menguasai jalur perdagangan, serta monopoli perdagangan rempah-rempah di Asia. Untuk tujuan itu, mereka dibekali armada laut yang kuat dan diberi wewenang membentuk wilayah koloni di bawah yurisdiksi pemerintah Belanda.

VOC mengatur berbagai sektor di wilayah koloni, mulai dari pertanian, perkebunan, transportasi, persewaan, distribusi, logistik dan sebagainya. VOC memperkerjakan sarjana-sarjana dari berbagai disiplin ilmu mulai dari ekonomi, teknik, linguistik, hingga antropologi. Dengan sumber daya manusia yang terdidik secara scientific seperti itu, tidak heran banyak entitas politik tradisional yang terpedaya dibuatnya.

Efektivitas strategi *Del* di nusantara mendapat perhatian khusus bagi pemerintah Kerajaan Belanda.

Strategi tersebut kemudian diteruskan karena terbukti relevan untuk mencapai tujuan mereka.

Berbagai bukti sejarah mencatat *success story* penerapan berbagai pola strategi *Del* di wilayah nusantara, seperti Maluku, Aceh, Sumatera Timur, Sumatera Barat, Jawa, dan wilayah lainnya. Sebagian besar pola tersamar dalam kisah sejarah, sehingga tidak banyak yang menyadarinya. Berikut akan dijelaskan sekilas beberapa polanya.

Pendekatan awal biasanya dimulai dengan *make friends and create common enemy*. Jika diartikan, menjadi teman dan menciptakan musuh bersama. *Make friends* terjadi karena seseorang memiliki kesamaan atau identik dengan orang lain. Misalnya kesamaan ras, kesamaan etnis, kesamaan pemikiran, kesamaan visi, kesamaan ideologi, atau kesamaan agama.

Jika tidak ditemui kesamaan, maka harus dibuat sama terlebih dahulu. Bila perlu dengan cara paksa. Prinsipnya jika sudah ada kesamaan, maka negosiasi dan diplomasi dapat berjalan dengan lebih mudah. *Common enemy* yang dimaksud dalam hal ini adalah pihak lain yang menjadi saingan bisnis VOC. Mereka berasal dari Timur Tengah, Asia, dan Persekutuan Dagang Inggris *East India Company*.

Kedua, manajemen isu. Pola ini dilakukan dengan menebarkan selentingan kabar dan desas-desus baik di lingkungan politik lokal maupun di lingkungan sosial yang lebih luas. Manajemen isu dapat berbentuk lisan dan tertulis, bersifat formal atau informal.

Bentuk lain dari manajemen isu adalah propaganda, yakni dengan memanfaatkan media massa dan laporan jurnalistik. Laporan jurnalistik telah beredar di Batavia sejak 1676 dengan nama *Kort Bericht Europe*, serta *Batawiase Nouvelles* tahun 1744 yang memuat informasi dari berbagai negara di Eropa untuk pejabat VOC yang bertugas di Hindia Belanda.

Pemanfaatan media massa tetap dilanjutkan oleh pemerintah kolonial, meski VOC telah dibubarkan tahun 1799. Hal ini dibuktikan dengan terbitnya *Batawiische Koloniale Courant* tahun 1810, surat kabar yang memuat

informasi di seluruh wilayah Hindia Belanda.

Berita disajikan secara subjektif. Informasi dan isu dikelola untuk kepentingan pemerintah kolonial, seperti memotivasi para pejabat yang kehilangan semangat kerja atau menciptakan sensitifitas antaretnis jika dibaca oleh kaum pribumi yang memahami bahasa Belanda.

Sejak tahun 1855, di tiap daerah sebenarnya sudah banyak terbit surat kabar berbahasa melayu seperti *Slompret Melajo* dan lain-lain. Keberadaan surat kabar tersebut tidak berlangsung lama. Badan sensor pemerintah Hindia Belanda menyunting secara ketat dan melarang penerbitannya karena menganggap informasi yang disajikan dapat mengganggu aktivitas mereka di wilayah koloni.

Ketiga, Belanda bermain di dua sisi (*win-win solution*). Di sini, Belanda berpihak kepada dua kubu yang saling bertentangan seolah ia berada pada posisi yang netral. Lazimnya digunakan terhadap suatu entitas politik yang sedang mengalami konflik internal dalam memperrebutkan kekuasaan. Pihak manapun yang akan menjadi pemenang, tetap saja Belanda yang diuntungkan. Pola ini terlihat diterapkan berkali-kali pada upaya penaklukan Aceh.

Keempat, Merekrut pemimpin lokal sebagai bagian dari rantai manajemen terbawah di luar struktur perusahaan. Trik ini dilakukan dengan memberikan pengakuan secara resmi dan tertulis, yang mengatasnamakan kerajaan Belanda terhadap entitas politik di suatu daerah seperti yang terjadi di Yogyakarta pada perang Diponegoro dan Kesultanan Melayu di Sumatera Timur.

Alih-alih menjalin persahabatan, wilayah itu malah dijadikan bagian dari koloni. Pemimpin lokal yang bekerjasama biasanya akan dihadiahi istana yang megah dan harta yang jumlahnya relatif besar. Jumlah yang sangat sulit untuk ditolak. Tentu saja imbalannya adalah kesepakatan yang menguntungkan Belanda.

Hingga kini pola tersebut masih dipakai dalam korporasi modern untuk menjalin kerjasama dengan mitra usaha atau pihak lain. Pola ini populer dengan