

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK CALON LEGISLATIF PEREMPUAN DI KABUPATEN TABANAN TAHUN 2019

Luh Ning Widiyanti¹⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel²⁾, Ni Luh Ramaswati Purnawan³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: ningwidiyanti.2592@yahoo.com¹⁾, rasamanda13@gmail.com²⁾,
ramaswati.purnawan@unud.ac.id³⁾

ABSTRACT

Women's representation in the political sphere has not maximized until recently. Women candidates have also adopted various political communication strategies to gain the trust and voices of the public. The purpose of this study is to determine the political communication strategies carried out by women legislative candidates in Tabanan Regency that have successfully passed the 2019 general election. This strategy is carried out by using the kinship approach, making women the main target of the campaign, utilizing social networks, using a direct communication approach or through social media, and taking psychological and sociological approaches. As a female candidate, various obstacles are faced in implementing this strategy, such as a lack of knowledge and experience regarding politics, the dual role of a woman, the public's view of a woman who is considered incapable of leading society, and competition with other candidates in one party.

Keywords: *Women Legislative Candidates, Political Marketing, Political Communication Strategy*

1. PENDAHULUAN

Komunikasi politik pada dasarnya memiliki alur yang sama dengan pola komunikasi pada umumnya dimana dalam pola tersebut terdapat pengirim, pesan, penerima, serta *feedback* yang diberikan oleh penerima kepada pengirim pesan tersebut (Rush and Althoff, 2005:253). Dalam konteks komunikasi politik, caleg sebagai pengirim, pesan yang disampaikan berupa visi dan misi, dengan menggunakan berbagai media seperti media cetak, elektronik, maupun media *online*, serta ditujukan kepada seluruh masyarakat daerahnya. Lalu *feedback* yang didapat berupa sikap pro maupun kontra dari penerima.

Berdasarkan putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 14/PUU-XI/2013 mengenai Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan baru pada tahun 2019 dalam pelaksanaan pemilu tersebut. Pemilihan umum yang telah dilaksanakan pada 17 April 2019 berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, dimana pada tahun ini selain dilakukan pemilihan presiden (pilpres) dilaksanakan pula pemilihan legislatif (pileg) secara serentak (Solihah, 2018). Oleh karenanya, dalam menghadapi pemilihan umum para caleg serta partai politik yang mengusungnya harus menyiapkan berbagai strategi politik untuk membawanya menuju kursi parlemen.

Selain itu, keterwakilan perempuan dalam dunia politik saat ini tetap menjadi perhatian dari pemerintah Indonesia karena representasi perempuan dalam lembaga legislatif sangat dibutuhkan agar kepentingan-kepentingan perempuan tidak terabaikan dan memberikan kesempatan bagi perempuan untuk terlibat dalam dunia politik (Mukarom, 2008:258). Dengan berkembangnya sistem patriarki di Indonesia dimana keberadaan laki-laki merupakan kontrol utama dalam masyarakat memiliki sedikit pengaruh dan menimbulkan ketidaksetaraan antara peran laki-laki dan perempuan dalam lingkungan masyarakat (Sakina, 2017). Namun, pemerintah Indonesia saat ini turut serta mendukung posisi perempuan yang ingin ikut berpartisipasi dalam ranah politik dengan membentuk sebuah kebijakan afirmatif yang dimuat dalam Pasal 65 ayat 1 UU Nomor 12 tahun 2003 yang menyebutkan “setiap Partai Politik Peserta Pemilu dapat mengajukan calon Anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota untuk setiap Daerah Pemilihan dengan memperhatikan keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30%”.

Namun, menurut *Inter-Parliamentary Union* (IPU) dari data yang diambil per 1 Juli 2017 menyatakan bahwa hasil dari pemilihan umum pada tahun 2014 lalu, dari 560 kursi yang disediakan namun hanya 111 orang yang mendudukinya. Hal itu membuktikan bahwa partisipasi perempuan dalam ranah politik atau pemerintahan tidak mencapai angka 30%, atau hanya sampai pada persentase 19,80%. Berbeda dengan yang terjadi di Provinsi Bali, dimana terdapat

peningkatan hasil pemilu pada tahun 2019. Terdapat 32 caleg perempuan yang berhasil menempati 5 kursi di DPRD Provinsi dan 27 orang lainnya menempati kursi DPRD Kabupaten/Kota pada tahun 2014, sedangkan pada pemilu tahun 2019 terdapat 55 caleg perempuan yang berhasil memenangkan suara, 9 orang diantaranya berhasil menempati kursi DPRD Provinsi dan 46 orang berhasil menempati kursi DPRD Kabupaten/Kota (BeritaBali.com, 2019). Tabanan menjadi kabupaten yang menyumbangkan legislator perempuan terbanyak pada pemilihan umum tahun 2019, dimana terdapat 10 orang yang berhasil menempati kursi parlemen.

Dari hal tersebut menjadi menarik untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh caleg perempuan di Kabupaten Tabanan yang lolos dalam pemilu tahun 2019.

2. KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi Politik

Menurut McNair (2016) segala tujuan komunikasi tentang politik merupakan semua bentuk komunikasi yang dibentuk oleh aktor politik untuk tujuan mencapai objektif tertentu. Komunikasi politik mengacu pada pengertian komunikasi dari Harold D. Lasswell yaitu *Who says what to whom thought what channel and what effects*. Dimana *who* mengacu pada siapa yang akan diusung dalam pemilihan, *says what* yang mengacu pada apa yang disampaikan seperti visi dan misi dan pemaparan program kerja, *to whom* yang merupakan sasaran atau calon pemilih, *thought what channels* mengenai media apa yang digunakan dalam melakukan kampanye,

serta pendekatan yang terakhir yaitu *and what effects* yang berarti apa pengaruh dari kampanye yang telah dilakukan (Cangara, 2009).

a. Fungsi Komunikasi Politik

McNair (2016) menyebutkan bahwa terdapat lima dasar fungsi komunikasi politik, yaitu: (1) memberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi di sekitarnya; (2) Mendidik masyarakat tentang arti dan signifikansi fakta yang ada; (3) Menyediakan diri sebagai platform untuk menampung masalah-masalah politik sehingga bisa menjadi wacana dalam membentuk opini publik dan mengembalikan hasil opini tersebut kepada masyarakat; (4) Membuat publikasi yang ditujukan kepada pemerintah dan lembaga-lembaga politik; (5) Dalam masyarakat yang demokratis, maka media politik berfungsi sebagai saluran advokasi yang bisa membantu agar kebijakan dan program-program lembaga politik dapat disalurkan kepada media massa.

Konseptualisasi Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik pada hakikatnya merupakan suatu keseluruhan keputusan kondisional saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan politik di masa depan (Arifin, 2006).

Firmanzah (2008:244) menyatakan bahwa strategi tidak hanya menentukan kemenangan politik namun juga berpengaruh terhadap perolehan suara oleh karena itu sebuah strategi komunikasi politik sangat penting untuk dianalisis. Adanya

strategi politik mampu memberikan manfaat bagi politisi melalui kegiatan serta perencanaan taktis guna membangun dan menciptakan kekuatan yang bersifat konsisten dan berkelanjutan.

Politik dan Perempuan

Mukarom (2008) menyatakan bahwa representasi perempuan dalam lembaga legislatif sangat dibutuhkan agar kepentingan-kepentingan perempuan tidak terabaikan dan perempuan memiliki kesempatan untuk terlibat dalam dunia politik. Hak tersebut telah disepakati dan ditandatangani oleh Resolusi Majelis Umum PBB 640 (VII) dalam sebuah konvensi pada 20 Desember 1959 yang menyatakan bahwa perempuan memiliki hak memberikan suara dalam semua pilihan atas syarat-syarat yang sama dengan laki-laki, tanpa adanya diskriminasi.

Pemerintah Indonesia pun mendukung posisi perempuan yang ingin berpartisipasi dalam ranah politik dengan membentuk sebuah kebijakan afirmatif yang tertuang dalam dalam Pasal 65 ayat 1 UU Nomor 12 tahun 2003. Serta membentuk sebuah kebijakan dalam menjamin hak politik perempuan yang tertuang dalam UU RI No. 39 tahun 1999 pasal 6 dimana sistem pemilihan umum, kepartaian, pemilihan anggota badan legislatif dan sistem pengangkatan di bidang eksekutif dan yudikatif harus menjadikan keterwakilan perempuan sesuai dengan persyaratan yang ditentukan.

Namun, pencapaian perempuan dalam dunia politik di Indonesia belum menunjukkan peningkatan sehingga untuk merangsang perempuan muda untuk tertarik

di dunia politik masih merupakan sebuah tugas yang besar (Perdana dan Wildianti, 2019). Selain itu, permasalahan perempuan dalam berpolitik adalah akibat dari kehidupan sosial dan budaya di Indonesia yang cenderung patriarki (Razavi, 2001).

Fauzi (2010), menegaskan bahwa perempuan harus memiliki edukasi mengenai ilmu politik serta kebijakan publik agar dapat bersaing dengan laki-laki mengingat perempuan memiliki daya tangkap isu yang tersebar dalam masyarakat serta dapat berkomunikasi dengan baik dilingkungan masyarakat.

Teori *Political Marketing*

Marketing politik sudah ada sejak revolusi Prancis tahun 1789 dengan adanya slogan *Liberte, Egalite, dan Fraternite*. Selanjutnya pada tahun 1830 Charles Barker menciptakan sebuah iklan politik dan pada 1930-an Franklin D. Roosevelt meluncurkan *fire side chats* melalui media penyiaran (Nursal, 2004).

Marketing atau pemasaran dalam konteks politik dijadikan sebagai penyebarluasan informasi mengenai kandidat, partai politik, serta program yang dilakukan oleh komunikator dalam hal ini aktor politik melalui media komunikasi tertentu dengan maksud mengubah wawasan, sikap, pengetahuan, dan perilaku calon pemilih sesuai dengan keinginan komunikator tersebut (Armi, 2017). Firmanzah (2008) menyebutkan bahwa dalam proses *marketing* terdapat empat konsep yang harus diterapkan, yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Penempatan (*Place*). Produk dalam teori pemasaran politik dibagi menjadi

tiga kategori yaitu: (1) *platform* partai yang berisi konsep, identitas ideologi, serta program kerja; (2) catatan mengenai hal yang dilakukan partai politik di masa lalu untuk memberi kontribusi pembentukan produk politik; (3) karakteristik personal yang menjadi sebuah simbol atau kredibilitas sehingga dapat menaikkan citra partai. Harga dalam konteks pemasaran politik mencakup beberapa aspek, yaitu ekonomi, psikologis hingga aspek citra nasional. Dalam konteks ekonomi, harga meliputi seluruh biaya yang dikeluarkan selama masa kampanye. Sedangkan dalam konteks psikologis mengacu pada kenyamanan pemilih dengan latar belakang dari kandidat tersebut. Terakhir dalam konteks citra nasional berhubungan dengan apakah pemilih merasa bahwa kandidat tersebut memberikan citra positif terhadap bangsa dan negara. Selanjutnya, Promosi dalam ranah politik dilakukan dengan cara kampanye dengan menyampaikan visi misi kepada khalayak dan juga digunakan sebagai strategi untuk mempromosikan kandidat serta partai politik yang mengusungnya. Konsep keempat yaitu Penempatan, dimana dalam ranah politik berkaitan dengan distribusi yang dilakukan oleh suatu institusi politik dalam berkomunikasi dengan pemilih melalui segmentasi publik. Adapun segmentasi publik tersebut meliputi pemetaan publik secara geografis, demografis, dan keberpihakan pemilih. Pemetaan publik secara geografis dilakukan dengan mengidentifikasi konsentrasi penduduk, penyebarannya, serta kondisi fisik geografisnya. Selanjutnya pemetaan publik

secara demografis dilakukan dengan mengelompokkan pemilih berdasarkan kelas sosial, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pemahaman mengenai politik, serta etnis dan kepercayaan agama yang dianutnya. Pemetaan publik secara keberpihakan pemilih dilakukan dengan melihat seberapa banyak pemilih rasional, pemilih krisis, pemilih tradisional, serta pemilih skeptis.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-kualitatif.

Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari anggota DPRD perempuan di Kabupaten Tabanan yang lolos dalam pemilu tahun 2019. Sedangkan data sekunder yang digunakan berupa dokumentasi, arsip, artikel, serta penelitian maupun penghitungan statistik yang berkaitan dengan kegiatan pemilihan umum khususnya di Kabupaten Tabanan.

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini terdiri dari lima orang caleg perempuan di Kabupaten Tabanan yang lolos dalam pemilu tahun 2019, yaitu Ida Ayu Ketut Candrawati, A.A. Sagung Ani Ariani, ST., MM, Ni Made Rahayuni, S.Sos, Ni Made Meliani, SH, dan Putu Yuni Widyadnyani, S.S.

Teknik Penentuan Informan

Teknik pengumpulan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Non Probability Sampling*. Adapun teknik *Non Probability Sampling* yang dipilih dalam

penelitian ini yaitu teknik Sampel Jenuh (sensus).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara (*interview*) dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis Reduksi Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Data Display*), dan Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*).

Teknik Penyajian Data

Pada penelitian ini data disajikan dengan cara diuraikan dalam bentuk deskripsi kata-kata (naratif).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Calon Legislatif Terpilih

Di Kabupaten Tabanan terdapat sepuluh orang caleg perempuan yang berhasil memenangkan kursi parlemen saat pemilu tahun 2019. Namun karena beberapa kendala penulis memutuskan untuk mengerucutkan informan penelitian menjadi lima orang dari partai yang berbeda, yaitu Ida Ayu Ketut Candrawati, A.A. Sagung Ani Ariani, ST., MM, Ni Made Rahayuni, S.Sos, Ni Made Meliani, SH, dan Putu Yuni Widyadnyani, S.S. Berikut gambaran umum dari informan penelitian :

a. Informan I

Ida Ayu Ketut Candrawati (selanjutnya akan disebut Ibu Dayu) merupakan seorang ibu rumah tangga kelahiran Denpasar, 29 Juli 1972. Selain menjadi anggota DPRD di Kabupaten Tabanan, Ibu Dayu juga merupakan seorang wiraswasta. Ibu Dayu tidak memiliki pengalaman maupun

pengetahuan mengenai politik sebelumnya. Keikutsertaan Ibu Dayu dalam dunia politik pada awalnya hanya untuk memenuhi kuota perempuan di partai Nasional Demokrat pada tahun 2014 lalu. Saat ini Ibu Dayu telah menjabat sebagai DPRD Kabupaten Tabanan selama dua periode mulai dari tahun 2014-2019 dan 2019-2024.

b. Informan II

A.A. Sagung Ani Ariani, ST., MM (selanjutnya akan disebut Ibu Ani) merupakan lulusan sarjana Teknik Elektro Universitas Udayana. Ibu Ani mulai bergabung menjadi salah satu kader dari partai Golongan Karya sejak tahun 2002. Ibu Ani pernah mencalonkan diri sebagai anggota DPRD Kabupaten Tabanan pada tahun 2004, 2009, dan 2014 namun gagal. Pada tahun 2015, Ibu Ani pindah dan bergabung dengan Partai PDI-Perjuangan. Selanjutnya pada tahun 2019, Ibu Ani kembali mencalonkan dirinya dan berhasil lolos sebagai anggota DPRD Kabupaten Tabanan.

c. Informan III

Ni Made Rahayuni, S.Sos (selanjutnya akan disebut Ibu Rahayuni) merupakan seorang ibu rumah tangga sekaligus wiraswasta. Ibu Rahayuni juga telah bergabung sebagai salah satu kader partai PDI-Perjuangan sejak lama. Ibu Rahayuni memutuskan untuk maju mencalonkan diri sebagai DPRD Kabupaten Tabanan pada tahun 2009 lalu namun gagal. Pada tahun 2014, Ibu Rahayuni kembali mencalonkan diri menjadi DPRD Provinsi Bali dan kembali gagal. Kegemarannya bertemu dengan masyarakat luas membuat Ibu Rahayuni mencoba kembali untuk mencalonkan diri

menjadi DPRD Kabupaten Tabanan pada pemilu tahun 2019 dan usaha tersebut membuahkan hasil karena Ibu Rahayuni berhasil lolos dalam pemilu tersebut.

d. Informan IV

Ni Made Meliani, SH (selanjutnya akan disebut Ibu Meliani) merupakan seorang pengusaha dan merupakan salah satu caleg yang lolos pada pemilu tahun 2019 dibawah naungan Partai Golkar. Terhitung dari tahun 2004, Ibu Meliani sudah menjabat sebagai DPRD Kabupaten Tabanan selama tiga periode hingga saat ini.

e. Informan V

Putu Yuni Widyadnyani, S.S (selanjutnya akan disebut Ibu Yuni) merupakan pendatang baru dalam kursi legislatif di Kabupaten Tabanan. Ibu Yuni pernah menjabat sebagai Sekretaris DPC Taruna Merah Putih Kabupaten Tabanan, Bendahara PAC PDI Perjuangan Kecamatan Marga, dan mulai belajar berpolitik saat menjadi salah satu Staf Ahli DPD Republik Indonesia.

Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Terpilih

a. Informan I

Dalam menjalankan strategi komunikasi politik, Ibu Dayu menggunakan pendekatan kekeluargaan. Selama proses kampanye, Ibu Dayu melakukan sosialisasi pada momen-momen tertentu, seperti upacara keagamaan dan gotong royong (*ngayah*) di desa, serta berkunjung ke acara kepemudaan. Selain itu, Ibu Dayu juga melakukan pendekatan dengan remaja setempat dengan pendekatan seorang ibu dan anak. Suami Ibu Dayu yang merupakan mantan *Bendesa Adat* dan pernah

mencalonkan diri sebagai caleg pun memiliki peran penting dalam membantu menyukseskan karir Ibu Dayu di dunia politik dengan memanfaatkan relasi yang dimilikinya. Selain komunikasi langsung, Ibu Dayu juga menggunakan media massa seperti media cetak dan media sosial dalam berkampanye.

b. Informan II

Menurut Ibu Ani sebagai informan kedua, sejak dirinya pindah dari partai Golkar ke partai PDI- Perjuangan, Ibu Ani menyadari bahwa faktor partai politik memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pemimpinnya. Terlebih lagi di desanya yaitu Desa Abiantuwung merupakan desa dengan pemilih terbesar kedua di Kecamatan Kediri. Namun tidak ada satu pun perwakilan dari desa tersebut yang menjadi anggota legislatif. Hal tersebut menjadi strategi bagi Ibu Ani untuk meyakinkan tokoh-tokoh setempat. Sehingga diadakanlah sebuah *fit and proper test*, dimana beberapa calon yang ada di desa tersebut dipanggil untuk melaksanakan tes tersebut dan akhirnya dimenangkan oleh Ibu Ani. Dalam melakukan pembangunan di desa sebagai salah satu bentuk kampanye, Ibu Ani juga mengedepankan konsep *Tri Hitta Karana* sehingga hal tersebut dapat memupuk rasa simpati masyarakat terhadap dirinya. Ibu Ani juga menggunakan media massa lainnya seperti media cetak maupun media sosial selama proses kampanye.

c. Informan III

Sebagai warga Tabanan yang menetap di Denpasar tidak menghambat Ibu Rahayuni dalam menjalankan strategi-

strategi politiknya. Ibu Rahayuni tetap dapat berkomunikasi dengan masyarakat di Tabanan mengingat Ibu Rahayuni memiliki usaha salon di kabupaten tersebut. Seperti caleg lainnya, Ibu Rahayuni aktif dalam mengadakan sosialisasi dengan tokoh-tokoh adat serta berkunjung ke banjar-banjar untuk menyampaikan pesan-pesan politiknya. Selain itu Ibu Rahauni juga sering mengadakan pelatihan tata rias dan sanggul gratis kepada masyarakat. Tim pemenangan Ibu Rahayuni pun terlihat sangat aktif membagikan kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan oleh Ibu Rahayuni di media sosialnya seperti Facebook. Sedikit berbeda dengan informan lainnya, Ibu Rahayuni juga memanfaatkan media elektronik seperti Televisi untuk membantunya menyampaikan pesan-pesan politik selama kampanye.

d. Informan IV

Sebagai seorang pengusaha Ibu Meliani sudah biasa dalam berkomunikasi dengan masyarakat luas. Ibu Meliani mengungkapkan dalam berpolitik dirinya sangat mengutamakan komitmen. Hal itu lah yang membentuk personal branding Ibu Meliani hingga dirinya dapat memenangkan pemilihan umum selama tiga periode berturut-turut. Dalam menyampaikan pesan-pesan politik, Ibu Meliani tidak terlalu aktif dalam media sosial, karena menurutnya lebih efektif apabila bertemu langsung dengan masyarakat. Ibu Meliani biasa menyampaikan pesan-pesan politiknya melalui komunitas-komunitas dan berkunjung ke desa-desa setempat dan tidak pernah membawa visi misi yang tidak sesuai dengan kemampuannya karena hal

tersebut baginya dapat memudahkan kepercayaan masyarakat terhadap dirinya.

e. Informan V

Metode tatap muka menjadi strategi yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan politik. Ibu Yuni juga mempunyai tagline selama berkampanye yaitu "*Swaraning Bhinneka*" yang berarti "Kebersamaan dalam Keberagaman". Karena merupakan pendatang baru, terlihat Ibu Yuni sangat berusaha ekstra dalam melakukan kampanye. Hal tersebut terlihat pada akun Facebook miliknya yang sangat aktif membagikan cerita serta kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukannya.

Hambatan Saat Kampanye

Selama menjalankan proses kampanye seluruh calon legislatif tersebut juga menemukan berbagai hambatan tersendiri. Informan I yaitu Ibu Dayu pada awal karir politiknya mengaku bahwa dirinya tidak pandai dalam *public speaking*. Berbagai keterbatasan yang disebabkan oleh gender juga sangat dirasakan oleh Ibu Dayu. Mulai dari membagi waktu sebagai seorang ibu dan melakukan kewajibannya untuk mencari simpati masyarakat guna menunjang karir politiknya.

Ibu Ani yang merupakan Informan II pun mengungkapkan bahwa sebagai caleg perempuan dirinya harus memiliki strategi lebih untuk meyakinkan masyarakat. Pandangan masyarakat terhadap sosok perempuan yang dianggap lemah dan mudah tergerus oleh kekuatan laki-laki menjadikan Ibu Ani merasa tertantang untuk meyakinkan masyarakat dengan menunjukkan kesungguhan dan kemampuannya dalam berpolitik.

Selanjutnya yaitu hambatan yang dialami oleh Informan III yaitu Ibu Rahayuni. Ibu Rahayuni bercerita mengenai persaingannya dengan salah seorang caleg laki-laki. Pengalaman tersebut sangat berkesan bagi Ibu Rahayuni karena yang dilakukan oleh lawannya dalam berpolitik tersebut dianggap sangat menghambat proses kampanye Ibu Rahayuni pada saat itu. Hambatan tersebut adalah pengecaman serta pelarangan untuk dirinya melakukan proses kampanye di salah satu *banjar*.

Informan IV yaitu Ibu Meliani bercerita bagaimana tekanan yang dirasakannya karena partai penguasa yang mendominasi pemilihan di Kabupaten Tabanan. Sebagai caleg perempuan yang berasal dari partai Golongan Karya, Ibu Meliani mengaku kesulitan selama proses kampanye. Dikatakan bahwa masih ada masyarakat yang tidak mau menerima kehadirannya. Bagi Ibu Meliani hal tersebut merupakan kendala yang besar karena Ibu Meliani harus mengeluarkan usaha yang lebih besar untuk mendapat simpati dari masyarakat.

Hambatan saat menjalankan kampanye tentu dirasakan pula oleh Informan V yaitu Ibu Yuni. Sebagai pendatang baru di dunia politik, Ibu Yuni mengaku harus berusaha lebih ekstra dalam mencari suara dari pemilih yang belum didatangi oleh calon lain. Selain itu, yang menjadi hambatan bagi Ibu Yuni adalah adanya wilayah-wilayah tertentu dimana masyarakatnya masih berorientasi pada politik uang dan penekanan-penekanan terhadap program kerja yang mereka harapkan dapat direalisasikan oleh Ibu Yuni.

Pandangan Informan Mengenai Keterwakilan Perempuan dalam Politik

Sebagai perempuan yang juga berkiprah dalam ranah politik, lima informan yang merupakan anggota legislatif perempuan di Kabupaten Tabanan pada periode ini pun merasakan hal yang sama mengenai stigma yang beredar di masyarakat terhadap keterwakilan perempuan dalam dunia politik. Lima informan tersebut memiliki padangan serta pengalamannya masing-masing terkait partisipasi perempuan dalam politik.

Ibu Dayu selaku Informan I menyatakan bahwa berpartisipasi dalam ranah politik merupakan sebuah tantangan yang sangat berat bagi perempuan mengingat budaya *patrilineal* yang berkembang di Bali masih sangat tinggi. Berdasarkan pengalaman Ibu Dayu, perempuan sampai saat ini masih sering dianggap sebelah mata oleh laki-laki. Situasi lapangan yang dinamis menjadikan perempuan tersebut harus pintar mengatur waktu antara kegiatan pribadi, keluarga, pekerjaan, dan bermasyarakat. Selain itu, baginya perempuan harus siap secara mental untuk menghadapi berbagai permasalahan di dalam maupun di luar politik itu sendiri, sehingga dukungan dari berbagai pihak khususnya keluarga sangat berperan dalam hal tersebut. Oleh karenanya, Ibu Dayu berharap agar partisipasi perempuan dalam ranah politik harus lebih ditingkatkan agar perempuan tidak lagi dipandang sebelah mata.

Pandangan selanjutnya dari Ibu Ani selaku Informan II. Menurutnya perempuan

harus memperkaya diri dengan ilmu serta pengalaman sehingga memiliki kemampuan daya saing yang tinggi dan tidak dianggap sebelah mata oleh masyarakat. Ibu Ani selanjutnya menyampaikan harapannya agar partisipasi perempuan dalam parlemen dapat bertambah sehingga dapat menambah warna baru dalam dunia politik.

Begitu pula dengan pandangan yang disampaikan oleh Informan III yaitu Ibu Rahayuni. Baginya perempuan harus pintar membagi waktu antara keluarga, pekerjaan, dan berpolitik. Ibu Rahayuni yakin apabila perempuan-perempuan mau ikut serta dalam bidang ini, maka akan banyak perempuan-perempuan hebat yang bermunculan. Informan IV yaitu Ibu Meliani menyampaikan kepada perempuan yang ingin berpartisipasi dalam dunia politik harus meningkatkan usahanya agar dapat bersaing dengan laki-laki. Ibu Meliani juga memiliki harapan yang besar agar keterwakilan perempuan dalam ranah politik dapat bertambah guna meningkatkan kesetaraan gender antara laki-laki dan perempuan dalam kehidupan sosial dan politik.

Terkait keterwakilan perempuan dalam ranah politik, Ibu Yuni selaku Informan V memandang bahwa perempuan dalam hal ini telah memiliki hak untuk masuk ke dalam politik praktis, serta berhak untuk ikut berpartisipasi dalam kedudukan di parlemen. Selain itu, menyeleksi perempuan dalam tubuh partai politik juga merupakan hal yang penting guna menghasilkan perempuan-perempuan yang cerdas, serta memiliki kemampuan dalam membangun daerahnya dengan baik.

Analisis Penelitian

Dalam proses pelaksanaan strategi politik terdapat penerapan *marketing* politik didalamnya. Adapun konsep dari *marketing* politik sendiri berfungsi untuk membentuk penawaran-penawaran strategis bagi masyarakat dalam memandang sebuah partai politik maupun kandidat tertentu (Fauzi, 2010). Terdapat empat konsep dasar dalam *marketing* politik yaitu *Product*, *Place*, *Price*, dan *Promotion*.

1. Produk (Product)

a. Informan I

Ibu Dayu merupakan seorang wiraswasta dan satu-satunya calon DPRD di desanya. Keluarga Ibu Dayu tergolong sebagai keluarga terpandang mengingat suami Ibu Dayu pernah menjadi *Bendesa Adat* di desanya selama dua periode Ibu Dayu juga merupakan Ketua GARNITA (Garda Wanita) Provinsi Bali yang berada dibawah naungan Partai Nasional Demokrat dan pernah menjabat sebagai DPRD Kabupaten Tabanan pada periode 2014-2019

b. Informan II

Ibu Ani merupakan lulusan sarjana Teknik Elektro Universitas Udayana. Dalam berpolitik Ibu Ani menggunakan partai yang memiliki basis massa yang besar. Ibu Ani merupakan pribadi yang mengedepankan kualitas dirinya dan pernah menjadi salah satu anggota di Partai Golkar.

c. Informan III

Ibu Rahayuni telah mengabdikan dirinya di Partai PDI Perjuangan sejak lama sehingga memiliki banyak relasi dari pemerintahan. Selain itu Ibu Rahayuni juga merupakan seorang pengusaha.

d. Informan IV

Ibu Meliani telah menjadi bagian dari partai Golkar sejak awal tahun 2000 dan pernah menjabat sebagai anggota DPRD Kabupaten Tabanan selama dua periode. Prinsip politik Ibu Meliani adalah komitmen dan menerapkan pola politik kekerabatan dan kekeluargaan.

e. Informan V

Ibu Yuni merupakan lulusan Sarjana Sastra Inggris di Universitas Udayana dan pernah menjadi dosen Bahasa Inggris. Ibu Yuni pernah menjabat sebagai Sekretaris DPC Taruna Merah Putih, Bendahara PAC PDI Perjuangan, dan pernah menjabat sebagai Staf Ahli Anggota DPD RI. Dalam berpolitik Ibu Yuni menggunakan partai yang memiliki basis massa yang besar

2. Promosi (Promotion)

a. Informan I

Ibu Dayu menanamkan citra diri sebagai pribadi yang ramah. Dalam berpolitik Ibu Dayu menggunakan pendekatan secara emosional dengan masyarakat dan memanfaatkan relasi yang dimiliki oleh suaminya yang merupakan mantan *Bendesa Adat* dan Sekretaris Penggilingan Padi di Kabupaten Tabanan. Ibu Dayu juga memanfaatkan waktu seperti ulang tahun pemuda, upacara keagamaan, serta gotong royong. Selama berkampanye Ibu Dayu menggunakan media komunikasi massa seperti atribut partai, baliho, spanduk, serta penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram.

b. Informan II

Memanfaatkan relasi partainya dan aktif bermasyarakat. Ibu Ani Melakukan *fit and proper test* guna membuktikan kualitas

dirinya dan memiliki konsep *Tri Hita Karana* dalam melakukan pembangunan desa. Selain itu Ibu Ani juga menggunakan media komunikasi massa seperti atribut partai, baliho, spanduk, koran, serta penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram.

c. Informan III

Ibu Rahayuni memanfaatkan relasi yang merupakan tokoh-tokoh pemerintahan. Aktif memberikan pelatihan tata rias gratis, membagikan sanggul kepada masyarakat, serta melakukan berbagai kegiatan sosial lainnya. Saat berkampanye Ibu Rahayuni juga menggunakan media komunikasi massa seperti atribut partai, baliho, spanduk, koran, serta penggunaan media elektronik yaitu televisi (BaliTV).

d. Informan IV

Ibu Meliani menerapkan pola politik kekerabatan dan kekeluargaan. Ibu Meliani aktif berkunjung ke desa-desa sekitar dan memanfaatkan waktu saat diundang ke acara yang diadakan oleh masyarakat, serta menggunakan media komunikasi massa seperti atribut partai, baliho, spanduk.

e. Informan V

Selama berkampanye Ibu Yuni memiliki tagline "*Swaraning Bhinneka*" yang berarti "Kebersamaan dalam Keragaman". Ibu Yuni aktif dalam mengadakan pertemuan-pertemuan dengan masyarakat, memanfaatkan waktu saat diundang dalam kegiatan yang diadakan oleh masyarakat, serta menggunakan media komunikasi massa seperti atribut partai, baliho, spanduk, koran, serta penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram.

3. Harga (Price)

a. Informan I

Ibu Dayu merupakan satu-satunya calon DPRD di desanya dan pernah menjabat sebagai DPRD Kabupaten Tabanan pada periode 2014-2019. Ibu Dayu berasal dari latar belakang keluarga yang terpandang dan merupakan Ketua GARNITA (Garda Wanita) Provinsi Bali yang berada dibawah naungan Partai Nasional Demokrat.

b. Informan II

Dalam berpolitik Ibu Ani dapat membuktikan kualitas dirinya karena gemar berorganisasi sejak bangku sekolah hingga perguruan tinggi.

c. Informan III

Ibu Rahayuni Merupakan seorang pengusaha salon kecantikan yang sering mengadakan pelatihan tata rias gratis

d. Informan IV

Ibu Meliani telah menjabat sebagai anggota DPRD Kabupaten Tabanan selama dua periode

e. Informan V

Ibu Yuni pernah menjabat sebagai Sekretaris DPC Taruna Merah Putih, Bendahara PAC PDI Perjuangan, serta Staf Ahli Anggota DPD RI.

4. Penempatan (Place)

Berdasarkan hasil penelitian, setiap informan telah melakukan pendekatan-pendekatan politik disetiap desa yang menjadi daerah pemilihannya. Ibu Dayu melakukan kampanye dengan seluruh masyarakat dari berbagai usia hingga latar belakang. Ibu Dayu pun mengadakan sosialisasi dengan tokoh-tokoh adat yang ada di Kecamatan Marga Utara. Selanjutnya Ibu Ani fokus untuk mencari suara di

desanya yaitu Desa Abiantuwung yang memiliki jumlah pemilih hingga 9.000 suara. Sedangkan Ibu Rahayuni lebih banyak melakukan sosialisasi di tempat usahanya yaitu salon kecantikan dengan target perempuan itu sendiri. Selain itu Ibu Rahayuni juga rajin dalam menyelenggarakan pelatihan-pelatihan tata rias kepada masyarakat. Dari sisi Ibu Meliani selaku Informan IV pun mengaku bahwa dirinya melakukan kampanye dari komunitas-komunitas hingga dari desa satu ke desa lainnya. Terakhir yaitu Ibu Yuni yang fokus mencari suara pada titik atau wilayah yang belum didominasi oleh calon lainnya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan penelitian yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keterwakilan perempuan dalam ranah politik belum maksimal sampai saat ini. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh caleg perempuan di Kabupaten Tabanan dalam pemilu tahun 2019 antara lain:

1. Mayoritas caleg perempuan tersebut menggunakan pendekatan secara kekeluargaan.
2. Perempuan dalam hal ini merupakan target utama dalam strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh masing-masing caleg perempuan tersebut.
3. Memanfaatkan jaringan sosial
4. Menggunakan metode tatap muka merupakan cara yang dianggap paling efektif dalam berkampanye, serta menggunakan media massa seperti

koran, baliho, televisi, dan media sosial seperti Facebook dan Instagram.

5. Melakukan pendekatan-pendekatan secara psikologis dengan masyarakat dan mengetahui perkembangan yang terjadi di masyarakat secara sosiologis.

Dalam penerapan strategi komunikasi politik tersebut terdapat berbagai hambatan yang dihadapi oleh para caleg perempuan, sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan dan pengalaman mengenai politik.
2. Adanya peran ganda yang harus dilakukan sebagai perempuan.
3. Pandangan masyarakat mengenai sosok perempuan yang dianggap tidak mampu dalam memimpin masyarakat.
4. Adanya persaingan dengan caleg lainnya dalam satu partai yang sama.
5. Adanya tekanan dari partai lain yang memiliki basis massa yang banyak.
6. Adanya wilayah-wilayah tertentu dimana masyarakatnya masih berorientasi pada materi.
7. Adanya sistem nomor urut dalam pemilihan umum menyebabkan banyak kegagalan terutama bagi seorang caleg, dimana perolehan suara yang seharusnya dapat mengantarkannya ke parlemen harus diberikan kepada caleg dengan nomor urut pertama.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. (1991). *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Arifin, Anwar. (2006). *Pencitraan Dalam Politik (Strategi Pemenangan Pemilu Dalam Perspektif Komunikasi Politik)*. Jakarta: Pustaka Indonesia.

- Armi, Zahlul. 2017. *Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Walikota Banda Aceh Pada Pilkada 2017 (Studi Pada Tim Pemenangan Aminullah Usman dan Zainal Arifin)*. Diakses di <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/4106/1/zahlul%20armi.pdf> pada tanggal 1 Desember 2019.
- Aufa, Nur Ahmad El. 2015. *Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Wilayah Partai Persatuan Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Pemilu 2014*. Diakses di http://digilib.uin-suka.ac.id/17776/2/08210045_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf pada tanggal 1 Desember 2019.
- Bungin, Burhan. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori Dan Strategi*. Jakarta (ID): PT Raja Grafindo Persada.
- CNN Indonesia. 2018. *KPU Tetapkan Jumlah Dapil Dan Kursi Pemilu*. Diakses di <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180418181605-32-291797/kpu-tetapkan-jumlah-dapil-dan-kursi-pemilu-2019> pada tanggal 16 Oktober 2019.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, Hendra. 2010. *Strategi Politik Calon Legislatif Perempuan Dalam Memenangkan Pemilihan Legislatif 2009 (Studi Pada Calon Legislatif Perempuan Di Dapil 6, Kecamatan Natar Lampung Selatan)*. Diakses di <http://digilib.unila.ac.id/19824/1/hendra%20fauzi%20%280516011038%29.pdf> pada tanggal 22 Februari 2019.
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Gelgel, Ni Made Ras Amanda, Kadek Dwita Apriani. 2019. *Rendahnya Keterpilihan Perempuan pada Pemilu 2019 di Bali*. Diakses di <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kajianbali/article/view/53599/32046> pada tanggal 1 Desember 2019.
- Inter-Parliamentary Union. 2017. *New IPU and UN Women Map shows women's representation in politics stagnates*. Diakses di <https://www.ipu.org/news/press-releases/2017-03/new-ipu-and-un-women-map-shows-womens-representation-in-politics-stagnates> pada tanggal 22 Februari 2019.
- Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Badung. 2018. *Pengumuman Daftar Calon Tetap (DCT) Anggota DPRD Kabupaten Badung Pada Pemilu Tahun 2019*. Diakses di <https://www.kpu-badungkab.go.id/arsip-pengumuman> pada tanggal 23 September 2018.
- Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Tabanan. 2019. *Hasil Rapat Pleno Perolehan Kursi Partai Politik Dan Penetapan Calon Terpilih Pemilu DPRD Kabupaten Di Kabupaten Tabanan*. Diakses di [13](http://kpu-</p>
</div>
<div data-bbox=)

- tabanankab.go.id/pengumuman/baca/49 pada tanggal 30 November 2019.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media
- Ma'ali, Hasan. 2015. *Strategi Komunikasi Politik Kiai Dalam Sukses Pilpres 2014 (Studi Di Desa Gadu Barat Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep Madura)*. Diakses di http://digilib.uin-suka.ac.id/22169/1/08730021_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf pada tanggal 30 November 2019.
- McNair, Brian. (2016). *Pengantar Komunikasi Politik (An Introduction to Political Communication)*. Jakarta: Nusa Media.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Angki Aulia. 2013. *Kesadaran Hukum Masyarakat Kampung Mahmud Untuk Memiliki Sertifikat Atas Hak Ulayat*. Diakses di http://repository.upi.edu/406/6/s_pkn_0907327_chapter3.pdf pada tanggal 30 November 2019.
- Mukarom, Zaenal. 2008. *Perempuan Dan Politik: Studi Komunikasi Politik Tentang Keterwakilan Perempuan Di Legislatif*. Diakses di <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1125> pada tanggal 24 Maret 2019.
- Mukarom, Zaenal. 2008. *Perempuan Dan Politik: Studi Komunikasi Politik Tentang Keterwakilan Perempuan Di Legislatif*. Diakses di https://www.researchgate.net/publication/334421376_perempuan_dan_politik_studi_komunikasi_politik_tentang_keterwakilan_perempuan_di_legislatif_pada_tanggal_1_desember_2019
- Nasriyah, Siti. 2015. *Caleg Perempuan Dalam Pemilu Legislatif Tahun 2014 (Studi Kasus Di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Banjarnegara)*. Diakses di <https://lib.unnes.ac.id/20680/1/3401411041-s.pdf> pada tanggal 24 Maret 2019.
- Nasriyah, Siti. 2015. *Caleg Perempuan Dalam Pemilu Legislatif Tahun 2014 (Studi Kasus Di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Banjarnegara)*. Diakses di <https://lib.unnes.ac.id/20680/1/3401411041-s.pdf> pada tanggal 24 Maret 2019.
- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pasal 65 ayat 1 UU Nomor 12 tahun 2003
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lkis.
- Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 14/PUU-XI/2013 mengenai Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden
- Rahmat, Pupu Saeful. 2012. *Penelitian Kualitatif*. Diakses di <http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/jurnal-penelitian-kualitatif.pdf> pada tanggal 30 November 2019.
- Rahmawati, Ni Nyoman. 2016. *Perempuan Bali Dalam Pergulatan Gender (Kajian Budaya, Tradisi, Dan Agama Hindu)*. Diakses di <https://media.neliti.com/media/publications/223837-perempuan-bali-dalam-pergulatan-gender.pdf> pada tanggal 16 Oktober 2019.
- Rasyidin, Fidhia Aruni. 2016. *Gender dan Politik Keterwakilan Wanita Dalam Politik*. Diakses di https://www.researchgate.net/publication/324594910_GENDER_DAN_POLITIK

- K_Keterwakilan_Perempuan_Dalam_Politik pada tanggal 27 September 2020. Resolusi Majelis Umum PBB 640 (VII). Rumah Pemilu. 2018. *Tantangan Keterwakilan Perempuan 2019*. Diakses di <https://rumahpemilu.org/tantangan-keterwakilan-perempuan-2019/> pada tanggal 23 September 2018.
- Rush, Michael & Phillip Althoff. (2005). *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sakina, Ade Irma, Dan Dessy Hasanah Siti A. 2017. *Menyoroti Budaya Patriarki di Indonesia*. Diakses di <http://jurnal.unpad.ac.id/share/article/view/13820> pada tanggal 25 Februari 2019.
- Sartika, Diana Dewi, Eva Lidya, Tri Agus Susanto. 2016. *Komunikasi Politik Caley Perempuan Untuk Pemilihan Anggota Legislatif Kota Palembang*, 135. Diakses di <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/jsu/article/view/6331/5207> pada tanggal 22 Februari 2019.
- Saryono. 2011. *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta: Mitra Cendikia
- Schroder, Peter. 2009. *Strategi Politik. Friedrich-Naumann-Stiftung Fur Die Freiheit*, Indonesia. Jakarta
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukarman, Rukmawati. 2014. *Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Dalam Memenangkan Pemilu Tahun 2014 Di Kota Samarinda (Studi Tentang Calon Legislatif Perempuan Di Partai Golkar, Gerindra Dan PKS)*. Diakses di <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=1688> pada tanggal 23 September 2018.
- Supriyanto, Achmad Sani, Masyhuri Machfudz. (2010). *Metodologi Riset: Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press
- Undang-Undang RI No. 39 Tahun 1999 Pasal 6
- Wirasdpta, Made Ari. 2019. *Pemilu 2019: Bali Berlimpah Jumlah Legislator Perempuan, Terbanyak Tabanan*. Diakses di <https://news.beritabali.com/read/2019/05/15/201905150008/pemilu-2019-bali-berlimpah-jumlah-legislator-perempuan-terbanyak-tabanan> pada tanggal 16 Oktober 2019.