

**“Evaluasi Strategi Kemenangan Anggota Legislatif Perempuan Di Dapil IV
Kabupaten Minahasa Dalam Pemilihan Umum Tahun 2009.”¹**

(Suatu Studi di Partai Golkar Kabupaten Minahasa)

**Oleh : Eshter Rumondor², Drs. M.T. Gosal,³
Drs. Johnly R.Pangemanan, Msi⁴**

ABSTRAK

Peluang yang diberikan kepada kaum politisi perempuan untuk mengambil bagian dalam pesta demokrasi ditandai dalam pencalonan anggota legislatif, dengan kesempatan dan peraturan-peraturan yang mendukung seperti UU No 2 tahun 2008 tentang partai politik. Kemudian menyusul pula UU No 10 tahun 2008 tentang pemilihan umum. Yang didalamnya memuat instrument-instrumen regulasi untuk lebih memungkinkan secara luas kaum perempuan ambil bagian di bidang politik, yakni di pentas partai dan parlemen (wakil rakyat).

Walaupun berbagai aturan yang disebutkan diatas, memberikan jaminan terhadap hak berpolitik bagi kaum perempuan, namun kenyataannya diskriminasi terhadap kaum perempuan masih saja tampak menggejala sampai saat ini, sehingga dari segi kuantitas total jabatan yang dipegang oleh kaum perempuan mulai dari level Negara sampai ketingkat desa sebagian besar masih didominasi oleh kaum laki-laki. Dalam menghadapi pemilu strategi politik yang dilakukan oleh setiap calon anggota legislatif khususnya calon anggota legislatif perempuan Partai Golkar di Dapil IV dalam merebut kursi di DPRD Kabupaten Minahasa merupakan hal yang sangat penting.

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah Ingin mengetahui strategi-strategi politik yang dilakukan oleh anggota legislatif perempuan dalam kemenangan pemilu legislatif di Minahasa tahun 2009.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemenangan yang dialami oleh anggota legislatif yang ada tidak lepas juga dari peran tim kerja atau tim sukses yang ada. Pentingnya suatu tim kerja atau tim sukses dalam pemilihan umum sangat besar, kerja sama dan kepercayaan atas tim kerjanya dapat berpengaruh besar dalam pemilihan, karena seorang tim sukses merupakan bagian yang penting dalam mensosialisasikan atau mengkampanyekan seorang calon. Pemilihan tim sukses adalah orang yang benar-benar dipercaya untuk membantu calon serta mampu bertugas

Kata kunci : Strategi, Perempuan, Anggota Legislatif.

¹ Merupakan Skripsi Penulis

² Mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP Unsrat, Program Studi Ilmu Pemerintahan

³ Merupakan Dosen Pembimbing I saat Penulisan Skripsi.

⁴ Merupakan Dosen Pembimbing II saat Penulisan Skripsi

PENDAHULUAN

Bangsa Indonesia dengan memiliki konsep demokrasi, yang ditandai dalam pemilihan umum secara langsung baik pemilihan kepala Negara, kepala daerah maupun anggota legislatif yang di dalamnya DPR, DPRD, dan DPD. Ini menunjukan suatu perubahan dan warna yang baru dalam system politik di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu Negara yang menerapkan paham demokrasi dan dengan hal tersebut memberikan peluang bagi warga Negara Indonesia untuk memilih dan dipilih

Suara kaum perempuan sebagai suara mayoritas tentu saja sangat memungkinkan menghasilkan perubahan tersebut. Indonesia membutuhkan lebih banyak politisi perempuan atupun perempuan-perempuan yang peduli akan pelbagai permasalahan mereka. Dan itu harus dimulai sedini mungkin. Keikutsertaan perempuan dalam pemilihan merupakan sangat dinantikan oleh kaum perempuan dimana dengan keikutsertaan perempuan dalam pencalonan anggota legislatif, menandai keinginan perempuan dalam kesetaraan hak dalam berpolitik.

Pertanyaan yang paling mendasar dari semua ini adalah menggapa kaum perempuan penting untuk terlibat dalam politik? Dan mengapa perlu masalah perempuan menjadi acuan pemilihan partai politik? Karena perempuan juga memiliki kepentingan-kepentingan yang sama yang harus dipahami oleh siapapun.

PEMBAHASAN

1. Konsep Strategi Politik

Menurut Joko Prihatmoko & Moesafa bahwa strategi adalah segala rencana dan tindakan yang dilakukan untuk memperoleh kemenangan dalam pemilu. Strategi mencakup berbagai kegiatan diantaranya menganalisa kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh, juga untuk mengetahui metode pendekatan yang diperlukan terhadap pemilih. Agar suatu kontestan dapat memenangkan pemilihan umum, ia harus dapat membuat pemilih berpihak dan memberikan suaranya. Hal ini hanya akan dapat dicapai apabila kontestan memperoleh dukungan yang luas dari pemilih, dan metode dan cara yang dapat digunakan oleh kontestan yaitu apakah dan bagaimana marketing dapat membantu politikus dalam mengembangkan hubungan dengan pemilih.(Prihatmoko Joko & Moesafa 2008 160-161) Kemudian untuk mencapai semua itu , banyak strategi yang harus dilakukan oleh para kandidat ataupun partai politik. Menurut Newman and Sheth ada beberapa strategi yang harus dilakukan yaitu

- a. Strategi penguatan (*Reinforcement strategy*), strategi ini dapat dilakukan oleh kandidat yang telah dipilih dengan cara membuktikan janji-janji politiknya pada saat kampanye. Selain itu formulasi dan implementasi kebijakan pro-publik, anggaran berorientasi gender, dan sebagainya bisa digunakan untuk menguatkan *image* kandidat untuk pilkada selanjutnya
- b. Strategi rasionalisasi (*Rationalization strategy*), strategi ini diambil ketika kinerja kandidat/partai tidak cocok dengan citra yang telah dibangunnya. Rasionalisasi strategi perlu diambil agar tidak mematikan citra di mata para pemilih (voters) pada saat pilkada.

- c. Strategi bujukan (*Inducement strategy*), diterapkan manakala citra kandidat tidak cocok dengan persepsi warga walau kinerjanya baik di mata pemilih.
- d. Strategi konfrontasi (*Confrontation strategy*), strategi ini harus diterapkan oleh para kandidat yang salah membangun citra. Citra yang dibangun ternyata tidak berkesesuaian dengan kinerjanya, oleh karena itu ia harus merombak habis citra dan kinerjanya dalam pilkada berikutnya agar dapat dipilih oleh pemilih yang semakin cerdas dan kritis. (Nursal, Adman. 2004:159-160)

2. Jenis-Jenis Strategi

Dalam memilih, menurut Peter Schroder, pola dasar strategi yang diperlukan harus kita kenali agar dapat menetapkan pilihan yang tepat. Dan pada dasarnya strategi dibagi lagi menjadi beberapa jenis yaitu :

Strategi Ofensif

bagi Schoder, strategi ofensif selalu dibutuhkan, misalnya apabila partai ingin meningkatkan jumlah pemilihnya atau apabila pihak eksekutif ingin mengimplementasikan sebuah proyek dan yang termasuk strategi ofensif adalah strategi memperluas pasar dan strategi menembus pasar.

Strategi Defensif

Bagi schoder, strategi defensif akan muncul ke permukaan misalnya apabila partai pemerintah atau sebuah koalisi pemerintah yang terdiri atas beberapa partai ingin mempertahankan mayoritasnya pasar ingin dipertahankan. Selain itu strategi defensive juga muncul apabila sebuah pasar tidak dipertahankan lebih lanjut atau ingin ditutup, dan penutupan pasar ini diharapkan membawa keuntungan sebanyak mungkin.

3. Strategi Kampanye Politik dan Kampanye Pemilu

Dalam mencapai tujuan yang diharapkan, maka harus diperlukan berbagai perencanaan yang baik dan tepat dalam pelaksanaan kampanye. Dan perencanaan dan strategi ini dituangkan dalam strategi kampanye.

Menurut Arnold Steinberg, kampanye politik modern adalah cara yang digunakan para warga Negara dalam demokrasi untuk menentukan siapa yang akan memerintah mereka. Kampanye politik, adalah suatu usaha yang terkelolah, terorganisir untuk mengiktiarkan orang dicalonkan, dipilih, atau dipilih kembali dalam suatu jabatan resmi.

Bagi Pfau dan Parrot, kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tentu dengan tujuan mempengaruhi khayalak sasaran yang telah ditetapkan.

Roger dan Storey kampanye diartikan sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khayalak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

Eko Prasodjo dalam buku Sumartini, mengatakan bahwa politik tanpa kampanye pasti tidak mungkin, dan bagi partai dan aktor politik, kampanye merupakan transisi ritual periodis untuk memperkenalkan janji-janji baru kepada masyarakat.

Menurut Charles U. Larson, kampanye sendiri dibagi dalam 3 kategori yakni :

- 1). *Product-oriented campaigns* (*commercial campaigns* atau *corporate campaigns*) atau kampanye yang berorientasi pada produk umumnya terjadi di lingkungan bisnis

- 2). *Candidate-oriented campaigns* atau kampanye yang berorientasi pada kandidat umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan politik.
 - 3). *Ideologically or cause oriented campaigns* adalah jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial.
Merunjuk dari semua definisi-definisi yang ada di atas maka sebuah kampanye mengandung beberapa hal yaitu :
 1. Tindakan kampanye yang ditunjukkan untuk memberikan efek atau dampak tertentu
 2. Jumlah khalayak sasaran yang luas
 3. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu yang tertentu
 4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir. (Antar Venus 2004:7:8)
- Menurut Undang-Undang Nomor 12 tahun 2003, kampanye telah ditentukan antara lain :
- a). Kampanye pemilu dilakukan melalui berbagai kegiatan misalnya, pertemuan terbatas, penyiaran melalui radio dan atau televisi, penyebaran melalui media cetak dan media elektronik, dan rapat umum.
 - b). Media elektronik dan media cetak memberikan kesempatan yang sama kepada peserta pemilu untuk menyampaikan tema dan materi kampanye pemilu.
 - c). Peserta pemilu dalam melaksanakan kampanye juga melakukan pemasangan alat peraga kampanye.

4. Pemilihan Umum Legislatif

Pemilihan umum adalah sesuatu hal yang penting dalam kehidupan kenegaraan. Pemilihan umum adalah pengejawantahan sistem demokrasi. Melalui pemilihan umum rakyat memilih wakilnya untuk duduk dalam parlemen dan dalam struktur pemerintahan (T.May Rudy 2007:87).

Pemilihan umum legislatif dianggap salah satu ciri demokrasi modern di tingkat lokal atau pesta demokrasi dan merupakan bagian dari pemilihan umum di tingkat lokal, pemilihan berarti prosedur yang diakui oleh aturan-aturan organisasi, memilih sejumlah orang atau satu orang untuk memegang suatu jabatan dalam suatu organisasi (Surbakti Ramlan, 1992:139).

5. Konsep Politik dalam Prespektif Perempuan

Siti Musda Mulia dan Anik Farida berpendapat bahwa dunia politik sesungguhnya identik dengan kepemimpinan. Dorothy W. Cantor dan Tony Bernay mengatakan bahwa kompetensi diri, agresi kreatif, dan kekuasaan wanita adalah tiga elemen kunci yang diperlukan untuk memperkokoh kepemimpinan.

Sidney Verba menegasakan bahwa bagi perempuan, kekuasaan itu lebih dimaknai dengan mensejahterakan orang lain. Kekuasaan dalam konsep feminism adalah kekuasaan yang penuh dilimpahi kasih sayang. Jabatan hendaknya ditafsirkan sebagai sarana untuk memberdayakan, bukan memberdayakan orang lain. Kekuasaan perempuan mencakup nalar, tujuan dan agenda yang hendak dicapai. Sumbangan terpenting perempuan di dunia politik adalah mereka lebih berminat mengerjakan sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat daripada mempeluas lingkup kekuasaan mereka sendiri.

Sifat-sifat feminim yang telah melekat hanya pada perempuan yang mengayomi, mudah berempati, dan memiliki kepedulian dianggap pas untuk meredahkan situasi panas akibat konflik dan pertentangan politik. Pengalaman perempuan dalam menaggani konflik keluarga dapat dikembangkan dan ditingkatkan untuk kepentingan yang lebih luas.

Banyak hal yang menarik perhatian dari setiap pilihan politik masyarakat yang ada namun dari setiap sudut pandang yang ada, masyarakat mempunyai peran penting dalam hal ini karena masyarakatlah yang menentukan siapa yang akan menjadi wakilnya di DPRD. Dalam menentukan pilihan politik yang ada, banyak faktor-faktor kepentingan yang merupakan suatu hal yang sangat berpengaruh. Umumnya masyarakat dan informan mengungkapkan bahwa hal-hal yang mempengaruhi pilihan masyarakat yang adalah faktor kepentingan. Dan bagaimana seorang kandidat atau calon lihai dalam menggunakan strategi yang ada. , bukan itu saja namun sebagai calon atau kandidat harus sanggup memberikan bukti seperti bantuan-bantuan social yang ada. serta citra diri yang baik dalam memimpin masyarakat demi kemajuan daerah kabupaten Minahasa.

Dalam pemenangan kali ini kandidat perempuan partai golkar telah banyak mengusahakan berbagai hal melalui penyusunan strategi dengan memilih tim sukses yang dianggap kompeten dalam bidangnya, dan bagaimana seorang kandidat dari partai golkar mampu memanajemen timnya sendiri, menyalurkan berbagai bantuan dana bagi masyarakat yang ada, namun dari pada itu citra seorang kandidat yang sebelumnya telah dikenal dahulu dan yang mampu membawa aspirasi masyarakat Pentingnya suatu tim kerja atau tim sukses dalam pemilihan umum sangat besar, kerja sama dan kepercayaan atas tim kerjanya dapat berpengaruh besar dalam pemilihan, karena seorang tim sukses merupakan bagian yang penting dalam mensosialisasikan atau mengkampanyekan seorang calon. Pemilihan tim sukses adalah orang yang benar-benar dipercaya untuk membantu calon serta mampu bertugas.

Dalam setiap tindakan untuk merealisasikan rencana menjadi hasil yang diharapkan pemimpin harus memperkerjakan orang-orang yang kreatif, proaktif, disiplin dan optimis di dalam tim sukses, pemimpin juga wajib menetapkan tujuan utama tim, kemudian motivasi tim membangun mind set bahwa tujuan utama dari tim adalah membuat sukses setiap program pimpinan. Tim sukses juga harus menetapkan tujuan yang spesifik, terukur, terdefinisi dan konsisten, pemimpin juga harus cerdik dalam memilih karakter dari pribadi-pribadi yang akan berada di dalam tim sukses, dan seorang tim sukses haruslah membangun komunikasi yang baik dengan pimpinan dan dalam mengambil keputusan atau tidaknya adalah baik jika dilakukan pertemuan terlebih dahulu dengan anggota dan pimpinan. yang ada.

KESIMPULAN

Pentingnya suatu strategi yang harus dilakukan setiap kandidat atau calon yang mampu. Serta pentingnya memiliki wakil rakyat yang dapat mengayomi masyarakat dan siap mendengarkan aspirasi setiap masyarakat serta yang dapat besosialisasi secara langsung dengan masyarakat , serta citra diri yang baik dalam memimpin masyarakat demi kemajuan daerah kabupaten Minahasa. namun rekrutmen politik yang diambil oleh partai golkar

sendiri akan sangat berpengaruh, karena melihat kondisi masyarakat yang ada, merekrut kandidat perempuan yang dianggap mampu serta melihat seberapa besar dukungan masyarakat terhadap calon tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianus, Toni. 2006. *Teori-Teori Politik*. PT.Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Anne, Gregory. 2004. *Kampanye Public Relations. Edisi kedua*. Penerbit Erlangga: Jakarta
- Anugerah, Astrid. 2009. *Keterwakilan Perempuan Dalam Politik*. Penerbit Pancuran Alam: Jakarta
- Antar Venus. 2004. *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosa Rekaatam Media: Bandung
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- B.H. Lidell.1957 *Strategi*. New York. Frederick A. Praeger
- Cantor. Dorothy, W dan Bernay Tony.1998, *Women in Power;Kiprah Wanita Dalam Dunia Politik*.PT. Garamedia Pustaka Utama: Jakarta
- Firmanzah. 2010, *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik*, Yayasan Obor Indonesia: Jakarta
- Kusumaatmadja, Sarwono. 2007. *Politik Dan Perempuan*. Penerbit KOEKESAN: Depok.
- Mulia, Siti Mulia dan Farida, Anik. 2005. *Perempuan Dan Politik*. PT. Garamedia Pustaka Utama: Jakarta
- Nursal, Adman. 2004. *Politik Marketing, Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye DPR, DPD, Presiden*.PT.Gramedia: Jakarta
- Prihatmoko Joko, dan Moesafa.2008. *Menang Pemilu di Tengah Oligarki Partai*. Penerbit Pustaka Belajar: Yogyakarta.
- Rudy,T May.2007. *Pengantar Ilmu Politik*.Penerbit PT Refika Aditama: Bandung
- Ramlan, Surbakti. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. PT.Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Smita Notosusanto Dan E.Kristi Poerwandari. 1997, *Perempuan dan Pemberdayaan*.PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Sugiarti. 2005. *Pembangunan dalam Perspektif Gender*.Penerbit UMM Press: Jakarta
- Sumber Lain :
- Undang-Undang No.10 Tahun 2008
- Undang-Undang No.2 Tahun 2008
- Data KPUD Minahasa tahun 2009