

STRATEGI PEMENANGAN CALON ANGGOTA LEGISLATIF PEREMPUAN PADA PEMILU 2019 DI KABUPATEN MINAHASA SELATAN

Irene Lolowang*

*Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sam Ratulangi

*Corresponding Author: irenelolowang@gmail.com

ABSTRAK

Keberadaan anggota legislatif perempuan secara kuantitatif baik di pusat maupun didaerah hingga kini masih dianggap minim. Berbagai upaya sudah dilakukan dari penetapan peraturan dan persyaratan bagi partai politik yang ditujukan untuk mendorong kuantitas keterwakilan perempuan dalam parlemen masih belum mampu mewujudkan harapan tersebut. Namun walaupun dari sisi kuantitas masih kurang pada kenyataannya ada juga anggota legislatif perempuan yang pada saat pencalonan mampu membuktikan kemampuan mereka dalam merebut simpati dari masyarakat. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa dan bagaimana strategi pemenangan Calon Anggota Legislatif perempuan pada Pemilu 2019 di Kabupaten Minahasa Selatan. Hasil penelitian menunjukkan para Calon Legislatif Perempuan pada pemilu 2019 sebagian besar menggunakan beberapa strategi, diantaranya adalah strategi defensif yaitu strategi yang dilakukan untuk mempertahankan basis pemilih mereka, ada juga strategi ofensif yaitu strategi yang dilakukan untuk mengatasi ancaman dari lawan. Selain itu juga ada strategi pencitraan yakni dengan menawarkan berbagai program yang akan dilakukan jika mereka terpilih.

Kata Kunci: Strategi Pemenangan; Calon Anggota Legislatif; Pemilihan Umum 2019

ABSTRACT

The existence of women legislative members quantitatively both at the center and in the regions is still considered minimal. Various efforts have been made from the establishment of regulations and requirements for political parties aimed at increasing the quantity of women's representation in parliament, but have not been able to realize these expectations. However, although the quantity is still lacking, in reality there are also female legislators who at the time of nomination were able to prove their ability to win sympathy from the community. By using qualitative methods, this study aims to find out what and how the winning strategy for female Legislative Members Candidates in the 2019 Election in South Minahasa Regency. The results of the study show that the female legislative candidates in the 2019 election mostly used several strategies, including a defensive strategy, namely a strategy carried out to maintain their voter base, there was also an offensive strategy, namely a strategy carried out to overcome threats from opponents. In addition, there is an imaging strategy, namely by offering various programs that will be carried out if they are selected.

Keywords: Winning Strategy; Candidates for Legislative Members; 2019 General Election

PENDAHULUAN

Berdasarkan data Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-2035, dari total 261,9 juta penduduk Indonesia pada 2017, penduduk perempuannya berjumlah 130,3 juta jiwa atau sekitar 49,75 persen dari populasi. Sayangnya, besarnya populasi perempuan tersebut tidak terepresentasi dalam parlemen.

Proporsi perempuan di kursi DPR jauh lebih sedikit bila dibandingkan dengan proporsi laki-laki. Salah satu upaya untuk meningkatkan peran perempuan sudah dilakukan dengan menerbitkan peraturan perundang-undangan yang dapat menjamin peningkatan keterwakilan perempuan di kursi DPR. Peraturan ini dirumuskan dalam Undang-undang Nomor 31 Tahun

2002 tentang Partai Politik dan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2003 tentang Pemilihan Umum dan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang di dalamnya juga mengatur pemilu tahun 2009. UU No. 2 Tahun 2008 memuat kebijakan yang mengharuskan partai politik menyertakan keterwakilan perempuan minimal 30% dalam pendirian maupun dalam kepengurusan di tingkat pusat.

Kemudian, dalam UU No. 10 Tahun 2008 ditegaskan bahwa partai politik baru dapat mengikuti setelah memenuhi persyaratan menyertakan sekurang-kurangnya 30% keterwakilan perempuan pada kepengurusan partai politik tingkat pusat. Peraturan lainnya adalah dengan menerapkan zipper system yang mengatur bahwa setiap 3 bakal calon terdapat sekurang-kurangnya satu orang perempuan. Ketentuan ini terdapat dalam Pasal 55 ayat (2) UU No. 10 Tahun 2008. Kedua kebijakan ini bertujuan untuk menghindari dominasi dari salah satu jenis kelamin dalam lembaga-lembaga politik yang merumuskan kebijakan publik.

Selanjutnya juga dalam UU No 7 tahun 2017 tentang pemilihan umum yang menjadi Dasar hukum terhadap pelaksanaan Pemilihan Umum tahun 2019 secara tegas dalam Paragraf 2 Tata Cara Pengajuan Bakal Calon Anggota DPR, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Koto, pasal Pasal 245 berbunyi bahwa Daftar bakal calon sebagaimana dimaksud dalam Pasal 243 memuat keterwakilan perempuan paling sedikit 30% (tiga puluh persen).

Di tingkat ASEAN, bersumber dari Inter-Parliamentary Union (IPU), dalam kategori Majelis Rendah, Indonesia menempati peringkat keenam terkait keterwakilan perempuan dalam parlemen. Proporsi perempuan yang berada di parlemen Indonesia berada di bawah 20 persen, tepatnya 19,8 persen. Peringkat pertama diperoleh Filipina dengan angka sebesar 29,5 persen atau berjumlah 86 perempuan dari total 292 kursi. Di posisi kedua adalah Laos, sebesar 26,7 persen atau 41 perempuan dari 149 kursi di parlemen. Sedangkan, tempat ketiga diduduki oleh Vietnam dengan 26,7 persen perempuan dalam parlemen atau 132 kursi dari 494 total anggota parlemen.

Bila dibandingkan dengan rata-rata dunia, proporsi wanita dalam parlemen di Indonesia masih jauh di bawahnya. Rata-rata dunia sebesar 23,6 persen wanita yang menduduki kursi di parlemen. Sedangkan, bila dibandingkan dengan negara Asia maupun ASEAN, posisi Indonesia berada di atasnya. Rata-rata proporsi perempuan dalam parlemen di negara Asia dan ASEAN masing-masing sebesar 19,7 persen dan 18,2 persen. Semenjak pemilu 1999 hingga 2019, jumlah perempuan yang menjadi anggota DPR RI belum mencapai angka 30 persen. Namun, atas pengaruh kebijakan Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2002 tentang Partai Politik dan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2003 tentang Pemilihan Umum, proporsi keterwakilan perempuan di DPR menunjukkan tren meningkat. Pada pemilu 1999, jumlah perempuan yang menduduki kursi di DPR sebanyak 44 orang atau 8,8 persen. Proporsi ini meningkat 47,7 persen menjadi 65 orang pada pemilu 2004 atau mendapatkan porsi sebesar 11,82 persen di DPR. Pada empat periode pemilu terakhir, keterwakilan perempuan tertinggi pada pemilu 2009, dengan proporsi sebesar 17,86 persen. Sayangnya, pada periode 2014-2019, jumlah perempuan yang menjadi anggota DPR turun menjadi sebanyak 97 orang atau 17,32 persen dari total anggota DPR RI yang berjumlah 560 orang.

Namun hal baik terjadi pada pemilihan umum tahun 2019 yang di selenggarakan pada tanggal 17 April, dari 575 Anggota DPR RI terdapat 118 kursi atau 20,52% anggota DPR RI berjenis kelamin Perempuan, hal ini menunjukkan peningkatankurang lebih 3%.

Provinsi Sulawesi utara sendiri, secara adat dan Budaya perempuan terlibat dalam politik bukan sesuatu hal yang baru ini di buktikan dengan dengan banyaknya Kepala daerah maupun wakil kepala daerah dari kalangan perempuan di antaranya, Bupati Bolmong, Bupati Minsel, Bupati Minut, Walikota Katamobagu, Bupati Sitaro dan wakil walikota Tomohon, data perempuan dalam politik juga trendnya cukup baik mengalami peningkatan yaitu dalam pemilihan Legislatif tingkat Nasional (DPR RI), dari 6 Kursi Kuota daerah pemilihan Sulawesi utara mengutus 4 atau 66% Anggota DPR RI dari kalangan Perempuan yaitu : Dra. A.Dondokambey, Vanda Sarunjang, Felly E Runtuwene dan Brigita Lasut, data ini menunjukkan Peningkatan Cukup signifikan di banding tahun 2014 yang hanya mengantarkan 2 Anggota perempuan atau 36% dari jumlah 6 kursi, yaitu Yasti Supredjo dan Vanda Sarundajang.

Namun di tingkat provinsi, jumlah Anggota dewan perempuan yang terpilih menurun drastis menjadi 13 kursi dan tidak menyentuh angka 30%, padahal pada pemilu tahun 2014 anggota DPRD Provinsi sulut mencapai 17 Kursi atau 37,5%.

Calon DPRD Provinsi Sulawesi Utara hasil Pemilu 2019 menghasilkan 12 srikandi, angka tersebut tidak mencapai 30 persen jumlah perempuan dari total 45 anggota DPRD Sulut.

PDI Perjuangan sebagai penyumbang terbanyak dengan 6 srikandi yakni Muslimah Mongilong dari Dapil Bolmong Raya, Jein Rende dan Sandra Rononuwu Dapil Minsel-Mitra, Melisa Gerungan, Vonny Paat dan Imelda Novita Rewah Dapil Minahasa-Tomohon, Selanjutnya Partai Nasdem dan Partai Golkar masing-masing 2 srikandi, Srikandi Partai Nasdem adalah Syerly Tjanggalung dari Dapil Nusa Utara dan Stela Runtuwene Dapil Minsel-Mitra, Partai Golkar, Cindy Wurangian dari Dapil Minut-Bitung dan Inggried Sondakh Dapil Minahasa-Tomohon. Partai Demokrat dan Partai Gerindra masing-masing hanya menyumbang 1 srikandi yakni Netty Agnes Pantow (Demokrat) dari Dapil Minut-Bitung dan Syenny Kalangi (Gerindra) Dapil Bolmong Raya.

Sedangkan untuk kabupaten Minahasa Selatan di mana adalah kabupaten yang selama dua periode baik Eksekutif maupun legislatifnya di pimpin oleh perempuan, pada pemilihan umum tahun 2019 di DPRD kabupaten Minahasa Selatan tingkat keterpilihan caleg perempuan mampu menyentuh angka capaian minimum target pemerintah yaitu 30% atau 9 kursi dari 30 kursi, angka ini sedikit meningkat dari hasil pemilu tahun 2014 di mana jumlah caleg perempuan yang terpilih berjumlah 8 Orang dan sebagian besar dari jumlah tersebut terpilih kembali pada tahun 2019 dengan memperoleh suara yang signifikan bahkan bertambah dari suara yang ada pada tahun 2014, namun ada juga Anggota DPRD periode 2014-2019 dari kalangan perempuan yang tidak terpilih kembali pada pemilu 2019.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “stratos” yang artinya tentara dan “agein” yang berarti memimpin. Maka strategi dapat diartikan sebagai memimpin tentara. Strategi juga diartikan sebagai “the art of the general”, atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Menurut Kaplan dan Norton (2003:59), strategi adalah seperangkat hipotesis dalam model hubungan cause dan effect. Yaitu suatu hubungan yang dapat diekspresikan melalui kaitan antara pernyataan if-then.

Berbeda dengan pendapat sebelumnya, menurut Hamel dan Prahalad (dalam Nimmo, 2005:121), pengertian strategi adalah tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Strategi lebih mengarah pada tindakan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan. Didalam strategi terdapat susunan atau langkah-langkah tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan. Sesuai penjelasan tentang pengertian strategi dari beberapa ahli, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi adalah suatu cara yang dirancang dan dirumuskan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi politik digunakan dengan memanfaatkan kekuatan-kekuatan politik untuk menarik simpati atau dukungan khalayak luas untuk mendukung suatu kebijakan yang telah ditentukan, sesuai dengan tujuan partai politik tersebut. Hal tersebut sesuai dengan definisi strategi yang dikemukakan oleh Hamel dan Prahalad (dalam Nimmo, 2005:121), maka dalam penelitian ini secara sederhana yang dimaksud dengan strategi adalah cara-cara yang dilakukan oleh Partai PSI dalam meningkatkan elektabilitas dalam pemilihan umum legislatif tahun 2019 khususnya di Kota Manado.

Sejak abad modern, penggunaan istilah strategi tidak lagi terbatas pada konsep atau seni panglima memimpin dalam peperangan, akan tetapi sudah digunakan secara luas hampir dalam semua bidang ilmu. Dalam arti luas, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan. Strategi juga diartikan sebagai pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampuradukkan kedua kata tersebut. Pada awalnya kata ini dipergunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi bisnis, olahraga (misalnya sepak bola dan badminton), ekonomi, pemasaran, perdagangan, manajemen strategi, dan lain-lain.

2. Konsep Strategi Partai dalam Pemilihan Umum Legislatif

Sesuai dengan penjelasan diatas, bahwa strategi politik dibentuk oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan dibidang politik. Di Indonesia, strategi politik dibentuk dengan tujuan untuk merebut suatu kedudukan atau untuk mempertahankan suatu kedudukan. Bentuk dari strategi politik bermacam-macam. Ada yang tersirat atau tersurat, ada yang elegan dan ada juga yang tidak bermartabat.

Bagi sebagian orang, jabatan atau kedudukan dibidang politik dapat meningkatkan martabat nya didalam masyarakat. Strategi politik sangat lah penting dalam bidang politik khususnya dalam partai politik. Karena strategi politik sangat mempengaruhi dalam pertempuran memperebutkan kekuasaan atau mempertahankan kekuasaan dalam bidang politik. Strategi politik merupakan sarana untuk mewujudkan suatu kedudukan atau cita-cita dalam berpolitik.

Prihatmoko Joko & Moesafa (2008, 160-161), menjelaskan bahwa: "strategi politik 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, dan untuk mengetahui metode pendekatan yang diperlukan dalam pemilu. Kemudian untuk mencapai tujuan dalam suatu politik, banyak strategi yang harus dilakukan oleh para kandidat atau pun partai politik".

Menurut Newman and Sheth ada beberapa strategi yang harus dilakukan, yaitu:

- a. Strategi penguatan (reincforcement strategy), yaitu strategi yang dapat dilakukan oleh kandidat yang telah dipilih dengan cara membuktikan janji-janji politiknya pada saat kampanye. Formulasi dan implementasi kebijakan pro-publik, anggaran berorientasi gender, dan sebagainya bisa digunakan untuk menguatkan image kandidat untuk pilkada selanjutnya.
- b. Strategi bujukan (inducement strategy), diterapkan jika citra kandidat tidak cocok dengan persepsi warga walau kinerjanya baik di mata pemilih.
- c. Strategi rasionalisasi (rationalization strategy), yaitu strategi yang diambil ketika kinerja kandidat/partai politik cocok dengan citra yang telah dibangunnya. Rasionalisasi strategi perlu diambil agar tidak mematikan citra dimata para pemilih (voters) pada saat pilkada.
- d. Strategi konfrontasi (confrontation strategy), yaitu strategi yang diterapkan oleh para kandidat yang salah membangun citra. Misalnya citra yang dibangun ternyata tidak sesuai 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). Konsep-konsep strategi partai dalam pemilihan umum legislatif untuk mendapatkan kemenangan dalam pemilihan umum yaitu dengan adanya konsep pemetaan politik. Antara lain konsep pemetaan jaringan dan pemetaan perilaku pemilih. Konsep pemetaan jaringan memiliki beberapa indikator, diantaranya adalah pengelompokan jaringan yang potensial menjadi mesin politik yaitu mencakup masyarakat umum baik dari kader partai internal maupun dari konstituen bebas, memetakan wilayah dari masing-masing jaringan, dan mengelompokkan nama-nama yang memiliki potensi menjadi tim sukses.

Output atau hasil dari konsep ini adalah terbentuknya strategi mobilisasi, yaitu strategi yang dilakukan dengan mengerahkan sumber daya yang ada dan yang telah dibina untuk

digunakan secara tepat, terpadu, dan terarah dalam melakukan kampanye dan menanggulangi atau mengatasi ancaman baik dari luar maupun dari dalam partai.

Sedangkan untuk konsep pemetaan perilaku pemilih, memiliki beberapa indikator diantaranya memetakan pemilih berdasarkan demografi dan preferensi politik yaitu menentukan market, atau konstituen secara tepat dengan mengikuti aturan wilayah dan pandangan politiknya, memetakan isuisu strategis lokal dengan menyusun visi dan misi yang sesuai dengan keadaan masyarakat atau konstituen di daerah pemilihan, memetakan nama-nama yg berpotensi menjadi kawan dan lawan dengan mengelompokkan kekuatan dan kelemahan yang berasal baik dari konstituen atau kompetitor, memetakan media komunikasi yg efektif digunakan oleh pemilih dengan penyesuaian penggunaan media dalam memberikan informasi yang bersifat sebagai promosi. Output atau hasil dari konsep ini adalah terbentuknya strategi mempengaruhi perilaku pemilih, dimana suatu partai yang menggunakan strategi ini dapat mempengaruhi perilaku pemilih dalam menentukan pilihannya di pemilihan umum. Konsep strategi menurut Hendra Sipayung (dikutip dalam politik.kompasiana.com diakses, 6 Desember 2019, pukul 12.41 WIB), ada dua konsep strategi kampanye dalam pemilihan umum. Yaitu konsep kampanye cara lama dan konsep kampanye yang tak lajim.

Konsep kampanye cara lama yaitu konsep kampanye yang sudah lama dilakukan oleh partai dalam pemilihan umum seperti bagi-bagi kaos, membagi-bagikan uang, memasang baliho dengan gambar calon legislatif, membagikan sembako, sosialisasi keliling, dan lain-lain.

Sedangkan konsep kampanye yang tak lajim yaitu konsep kampanye dengan melakukan terobosan-terobosan baru seperti, pengetahuan alat produktif, dan menyampaikan visi dan misi melalui sarana tertulis. Pengetahuan yaitu dimana partai politik atau calon legislatif berbagi pengetahuan, dengan cara membuat pelatihan untuk menjawab tantangan yang sedang dihadapi oleh daerah pilihan calon legislatif. Misalnya untuk target pemilih kaum ibu-ibu, partai politik bisa berbagi pengetahuan tentang usaha, kesehatan anak, dan lain sebagainya.

Untuk alat produktif, partai politik atau calon legislatif melakukan kampanye dengan cara menyediakan alat-alat yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat untuk melakukan tindakan produktif. Misalnya mesin pengolahan untuk petani, dimana peralatan tersebut bisa dimanfaatkan masyarakat secara kolektif. Sedangkan untuk visi dan misi, dapat disampaikan kepada masyarakat secara tertulis. Untuk golongan yang terdidik partai politik bisa menyajikannya dalam bentuk buku yang memberikan penjelasan secara rasional. Namun untuk masyarakat kurang terdidik, partai politik bisa menyampaikan visi secara lebih umum, dalam tulisan yang singkat dan tidak terlalu tebal dan lebih banyak visual dan ilustrasi.

3. Jenis-Jenis Strategi

Dalam memilih, menurut Peter Schroder (Nursal Adman 2008:162), pola dasar strategi yang diperlukan harus kita kenali agar dapat menetapkan pilihan yang tepat. Pada dasarnya strategi dibagi lagi menjadi beberapa jenis yaitu:

1) Strategi Defensif

Strategi defensif akan muncul ke permukaan apabila partai pemerintah atau sebuah koalisi pemerintah yang terdiri atas beberapa partai ingin mempertahankan mayoritas pasar. Selain itu, strategi ini muncul apabila sebuah pasar tidak dipertahankan lebih lanjut atau ingin ditutup, dan penutupan pasar ini diharapkan membawa keuntungan sebanyak mungkin. Dalam strategi mempertahankan pasar, partai harus mempertahankan pemilih tetap mereka dan memperkuat pemahaman para pemilih musiman mereka sebelumnya pada situasi yang berlangsung. Partai-partai yang ingin mempertahankan pasar, akan mengambil sikap yang bertentangan dengan partai-partai yang menerapkan strategi ofensif. Partai-partai yang menerapkan strategi defensif menjalankan sebuah pemeliharaan secara intensif terhadap beberapa bidang yang ada, serta menawarkan intensif kepada para kader. Data-data tentang keberhasilan yang diperoleh disebarluaskan ke lingkungan sekitar. Investigasi terutama dilakukan dibidang kehumasan. Dalam organisasi, proses semakin dipermudah, rutinitas dikembangkan dan dengan demikian pengeluaran ditekan. Mayoritas partai-partai yang menerapkan strategi defensif adalah partai yang sudah lama berdiri dan sudah memiliki banyak simpatisan diseluruh wilayah.

2) Strategi Ofensif

Strategi ofensif selalu dibutuhkan apabila partai ingin meningkatkan jumlah pemilihnya, atau apabila pihak legislatif ingin mengimpelmentasikan politik yang akan diberikan, adalah perbedaan terhadap keadaan yang berlaku saat itu serta keuntungan-keuntungan yang dapat diharapkan. Dalam strategi ini memperluas pasar dan menembus pasar adalah kuncinya. Strategi ini sangat dibutuhkan apabila suatu partai ingin menambah atau meningkatkan jumlah masa pemilihnya. Dalam hal ini, harus ada banyak orang yang memiliki pandangan positif terhadap partai tersebut, sehingga nantinya kampanye yang akan dilaksanakan partai politik dapat berhasil. Strategi perluasan pasar, bertujuan untuk membentuk kelompok pemilih baru disamping para pemilih yang telah ada. Oleh karena itu harus ada suatu penawaran yang lebih baik bagi para pemilih yang selama ini memilih partai pesaing. Strategi ini perlu dipersiapkan melalui sebuah kampanye untuk menjelaskan kepada publik tentang penawaran baru dan penawaran mana saja yang lebih baik dibandingkan dengan penawaran-penawaran lainnya dari partai-partai lainnya. Perluasan pasar ini dapat dicapai dengan isu dan agenda kampanye yang bermutu dan kreatif. Selain itu, penawaran tersebut harus memperhatikan keuntungan-keuntungan yang diperoleh masyarakat dari partai baru ini. Sedangkan strategi menembus pasar, adalah strategi penggalian potensipotensi yang sudah ada secara optimal. Hal ini menyangkut pemasaran program-program yang dimiliki secara lebih baik ke masyarakat umum dan peningkatan intensitas keselarasan antara program dan individu kader partai, seperti halnya memperbesar tekanan terhadap kelompok-kelompok target. Mayoritas partai-partai yang menerapkan strategi ofensif adalah partai yang baru berdiri dan masih sedikit memiliki simpatisan di seluruh wilayah. Partai dan kader harus mengetahui secara mendalam potensipotensi keunggulan dari Partai maupun dari para kader. Keunggulan potensi tersebut bisa digunakan oleh partai maupun kader dalam melakukan kampanye, agar mendapatkan konstituen tetap pada pemilu.

3) Strategi Pencitraan

Strategi ini banyak dilakukan di media elektronik seperti televisi dan media sosial seperti facebook dan twitter. Selain itu, media cetak juga sering digunakan para calon untuk membangun pencitraan masing-masing calon. Strategi pencitraan biasanya digunakan untuk membangun pola pikir masyarakat terhadap partai atau calon tertentu. Strategi ini sangat cocok digunakan oleh partai baru yang ingin memperkenalkan partai dan calonnya kepada masyarakat umum guna meningkatkan jumlah pemilihnya.

4) Strategi Ketokohan dan Kelembagaan

Strategi ini dilakukan oleh caleg yang memiliki peran di masyarakat sebagai seseorang yang dihormati ataupun memanfaatkan ketokohan yang dimiliki orang lain sebagai jaringan untuk mendapatkan suara, dan memantapkan lembaga politik atau lembaga organisasi lainnya yang dimilikinya dalam masyarakat.

Strategi ini merupakan strategi kampanye yang merupakan pemikiran dari Arifin (2006;102). Di samping memanfaatkan ketokohan dan memantapkan kelembagaan, diperlukan pula kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik, menetapkan metode dan memilih media politik yang tepat agar proses komunikasi politik berjalan dengan baik.

a. Ketokohan

Arifin (2006:54-55) menyatakan bahwa beberapa hasil studi menunjukkan kecenderungan pemberi suara dalam pemilihan umum untuk menjatuhkan pilihannya kepada pahlawan politik, yaitu kandidat yang sesuai dengan citra jabatan ideal baginya. Citra jabatan yang ideal yang dimaksud itu ialah politikus yang memiliki ketokohan, karena mempunyai sifat-sifat utama seperti kecakapan, kedewasaan, kejujuran, keberanian dan sebagainya. Hal itu merupakan sifat-sifat kepahlawanan politik. Dengan demikian pahlawan politik telah memiliki daya tarik tersendiri, dalam proses komunikasi politik untuk mempengaruhi khalayak terutama calon pemilih.

Seorang tokoh politik yang disebut sebagai pahlawan politik pada dasarnya adalah seorang pemimpin formal maupun informal, yang mendapat kepercayaan publik atau khalayak. Dalam komunikasi politik terutama retorika politik atau pidato politik di hadapan massa, pada hakekatnya khalayak akan memperhatikan siapa (tokoh politik) ketimbang apa (pesan politik)

yang akan disampaikan. Artinya khalayak akan tertarik bukan kepada isi pidato akan tetapi tertarik dengan siapa yang sedang melakukan pidato. Hal ini menunjukkan bahwa ketokohan adalah hal yang sangat utama dalam komunikasi politik. Dengan demikian menurut Arifin (2006: 55-57), ketokohan dalam politik yang kemudian melahirkan kepahlawanan politik dan kharisma dapat diperoleh karena kredibilitas, yaitu dapat dipercaya karena karakter dan moralitas yang terpuji dalam pergaulan di tengah-tengah masyarakat. Kepercayaan itu juga tumbuh karena adanya keahlian atau kemampuan dan ketrampilan dalam menyampaikan substansi pesan yang dikuasainya. Keahlian diperoleh dalam waktu yang lama melalui pembelajaran atau pendidikan formal maupun informal.

b. Mematapkan Kelembagaan

Memelihara atau memanfaatkan ketokohan dijadikan sebagai langkah strategis utama untuk melakukan komunikasi politik. Selain itu, langkah strategis utama yang harus dilakukan adalah membina lembaga politik atau memantapkan kelembagaan politiknya. Anwar Arifin (2006: 61-63) menyatakan bahwa ketokohan seorang politikus, aktivis atau profesional akan meningkat jika didukung oleh lembaga yang ternama atau berkiprah dalam lembaga tersebut.

Jadi lembaga merupakan sebuah kekuatan yang besar dalam membantu proses komunikasi politik yang efektif.

Kelembagaan ini adalah suatu lembaga yang ada dimasyarakat yang diikuti oleh kader suatu partai. Ada beberapa teori yang menjelaskan bagaimana kekuasaan dapat diperoleh atau bahkan hilang, yaitu :

1. Teori pertukaran sosial (social exchange theory)

Teori ini banyak dikemukakan dan memiliki banyak versi menurut beberapa ahli. Teori ini dianggap yang paling relevan karena lebih memperhatikan kepemimpinan (Yuki, 1998:27). Teori pertukaran sosial menjelaskan bagaimana kekuasaan diperoleh dan hilang saat proses-proses mempengaruhi yang timbal balik terjadi selama beberapa waktu antara para pemimpin dan para pengikut dalam kelompok-kelompok kecil. Bentuk interaksi sosial yang paling mendasar yaitu sebuah pertukaraan kemanfaatan atau kebaikan-kebaikan yang bukan saja berbentuk material, melainkan juga manfaat psikologi. Misalnya ekspresi persetujuan, rasa hormat, dan rasa harga diri. Apabila seorang pemimpin karena keahliannya dapat memberikan nilai pertukaran yang memberikan manfaat atau kebaikan seperti yang telah disebutkan, maka ia akan mendapatkan kepercayaan dari pengikutnya dan ia akan dapat mempengaruhi mereka. Sebaliknya bila seorang pemimpin yang gagal untuk memperlihatkan inisiatif, mementingkan diri sendiri, tidak bertanggung jawab, dan tidak melakukan tindakan yang tegas dalam mengatasi masalah-masalah yang serius akan kehilangan penghormatan dan pengaruhnya terhadap para pengikutnya. Dalam teori ini terdapat perbedaan dalam proses pertukaran sosial antara para pemimpin yang dipilih dan yang diangkat. Menurut penelitian terhadap kelompok-kelompok kecil, menjelaskan bahwa para pemimpin yang dipilih, akan menikmati dukungan awal yang lebih banyak dari para pengikutnya dari pada pemimpin yang diangkat. Dan cenderung lebih tegas, dan lebih inovatif. Akan tetapi, pemimpin yang dipilih akan lebih peka terhadap penolakan dari para pengikut bila kelompok tersebut tidak berhasil dalam mencapai tujuannya. Sedangkan kewenangan dan posisi kekuasaan yang berasal dari pengangkatan oleh atasan, menjadikan para pemimpin formal kurang tergantung pada evaluasi para bawahan mengenai kemampuannya. Namun demikian seorang pemimpin yang tidak kompeten akan kehilangan status dan expert power dan ketidakmampuan yang diperlihatkan akhirnya akan merusak kewenangan sah pemimpin tersebut (Evans & Zelditch, 1961).

2. Teori Kontigensi Strategik

Teori yang dijelaskan oleh Hicks et al (2005) ini menjelaskan bagaimana beberapa cara organisasi memperoleh atau kehilangan kekuasaan untuk mempengaruhi keputusan-keputusan strategik bagi organisasi. Teori tersebut menjelaskan bahwa kekuasaan dari sebuah cara organisasi tergantung tiga faktor, yaitu keahlian dalam menangani masalah-masalah penting; sentralisasi fungsi dalam arus kerja, dan; tingkat sejauh mana keahlian

dari cara tersebut unik atau dapat disubstitusikan. Ada beberapa jenis strategi menurut Koten antara lain :

- a. Corporate Strategy (strategi organisasi)
Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif-inisiatif strategis yang baru. Pembahasan-pembahasan ini diperlukan, yaitu apa yang dilakukan dan untuk siapa.
- b. Program Strategy (strategi program)
Strategi ini memberikan perhatian pada implikasi-implikasi strategis dari suatu program tertentu. Apa dampaknya apabila suatu program tertentu dilancarkan, dan apa dampaknya bagi sasaran organisasi.
- c. Resource Support Strategy (strategi pendukung sumber daya)
Strategi ini memusatkan perhatian pada maksimalisasi pemanfaatan sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya itu dapat berupa tenaga, keuangan dan teknologi.
- d. Institutional Strategy (strategi institusi)
Fokus dari strategi institusional ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategis (J. Salusu, 1996 : 104-105).

4. Metode Perencanaan Strategi

Fokus dari strategi institusional ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategis (J. Salusu, 1996 : 104-105). Dalam proses perencanaan strategi, pola yang diutamakan adalah SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats). Adalah perencanaan yang mengutamakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Menurut SWOT, perencanaan yang baik bekerja dalam dua bidang.

Bidang pertama, perencanaan strategi membuat gambaran jelas mengenai arah yang akan dituju. Yaitu mencangkup visi, dan apa yang menjadi tujuan dan alasan eksistensi organisasi tersebut. Berdasarkan visi dan tugas, perencanaan ini mengembangkan tujuan yang merupakan hasil akhir yang dapat diukur dan menunjukkan apakah organisasi tersebut semakin mendekati visi dan tujuan utama atau malah menjauhinya. Dalam bidang kedua, perencanaan strategi berusaha menggambarkan pada dasar realitas lingkungan kerja. Yaitu lingkungan kerja eksternal dan lingkungan kerja internal.

Lingkungan kerja eksternal yaitu merupakan wilayah dimana pihak lain mempengaruhi atau dipengaruhi oleh organisasi tersebut. Sedangkan lingkungan internal, adalah lingkungan yang terdiri dari sumber-sumber daya kekuatan serta berbagai kemungkinan dan tuntutan dari organisasi itu sendiri. Analisis dalam perencanaan politik SWOT adalah menjalin bidang pembentukan visi atau pembentukan tujuan dan analisis lingkungan sekitar, organisasi harus mengembangkan pilihan strategis atau jalan alternatif untuk mencapai tujuan akhir. Dengan membandingkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi. Analisis SWOT terdapat empat kombinasi yang dilakukan, yaitu :

1. Strategi kekuatan-kemungkinan, yaitu bagaimana kekuatan dapat digunakan untuk memperoleh keuntungan dari berbagai kemungkinan pengembang.
2. Strategi kekuatan-ancaman, yaitu bagaimana kekuatan dapat dimanfaatkan untuk mengatasi ancaman yang dapat menghalangi pencapaian tujuan dan kesempatan.
3. Strategi kelemahan-kemungkinan, yaitu bagaimana kelemahan dapat diatasi untuk memperoleh keuntungan dari berbagai kemungkinan pengembang.
4. Strategi kelemahan-ancaman, yaitu bagaimana kelemahan dapat diatasi untuk mengatasi ancaman yang dapat menghalangi pencapaian tujuan dan kesempatan.

5. Strategi Kampanye Partai Politik

Menurut Nasution (2006), strategi dalam pengertian sempit maupun luas terdiri dari tiga indikator, yaitu tujuan (ends), sarana (means), dan cara (ways). Dengan demikian strategi adalah cara yang digunakan dengan menggunakan sarana yang tersedia untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Tujuan akhir dalam kampanye pemilihan legislatif adalah untuk membawa calon legislatif yang didukung oleh tim kampanye politiknya menduduki jabatan legislatif yang diperebutkan melalui mekanisme pemilihan secara langsung oleh masyarakat.

Agar tujuan akhir tersebut dapat dicapai, diperlukan strategi yang disebut strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik.

Terdapat tiga jenis strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik (Arifin, 2006), yaitu:

1. Ketokohan dan kelembagaan, dengan cara memantapkan ketokohan dan merawat kelembagaan;
2. Menciptakan kebersamaan dengan memahami khalayak, menyusun pesan persuasif, menetapkan metode, serta memilih dan memilih media, dan
3. Membangun konsensus, melalui kemampuan berkompromi dan kesediaan untuk membuka diri.

Berdasarkan pemaparan diatas, keberhasilan strategi kampanye dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu :

1. Tujuan (ends)

Tujuan didefinisikan oleh Masrun (1986:8) adalah : "suatu sikap yang memungkinkan seseorang untuk bertindak bebas, melakukan sesuatu atas dorongan sendiri dan untuk kebutuhannya sendiri tanpa bantuan orang lain maupun bertindak kreatif dan penuh inisiatif, mampu mempengaruhi, mempunyai rasa percaya diri dan memperoleh kepuasan dari usahanya". Menurut H.R Daeng Naja (2002:9) tujuan adalah : "tujuan merupakan misi sasaran yang ingin dicapai oleh suatu organisasi di masa yang akan datang dan manajer bertugas mengarahkan jalannya organisasi untuk mencapai tujuan tersebut".

Yayasan Trisakti (2006) menyimpulkan bahwa: "tujuan merupakan kunci untuk menentukan atau merumuskan apa yang akan dikerjakan ketika pekerjaan itu harus dilaksanakan dan disertai pula dengan jaringan politik, prosedur, anggaran serta penentuan program". Maka penulis menyimpulkan bahwa tujuan adalah suatu langkah awal yang dirancang oleh suatu kelompok atau organisasi sebagai sesuatu yang ingin dicapai dalam periode waktu yang telah ditetapkan.

2. Sarana (means)

Definisi sarana yang dijelaskan oleh Sagne dan Brigs dalam (Latuheru, 1988:13) adalah alat secara fisik untuk menyampaikan isi pembelajaran. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses. Maka dapat disimpulkan bahwa sarana adalah sumber daya pendukung yang terdiri dari segala jenis bentuk yang memenuhi persyaratan untuk melaksanakan kegiatan.

3. Cara (ways)

Menurut Macquarie (1986), adalah suatu cara melakukan sesuatu terutama yang berkenaan dengan rencana tertentu. Sedangkan menurut Drs. Agus M. Hardjaja (2002) mendefinisikan cara atau metode adalah cara yang sudah dipikirkan masak-masak dan dilakukan dengan mengikuti langkahlangkah tertentu guna mencapai tujuan yang hendak dicapai. Cara tersusun secara sistematis yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan.

B. Konsep Pemilihan Umum (Pemilu)

Ada beberapa macam definisi mengenai pemilu, diantaranya adalah menurut Nohlen (2012) , dimana pemilihan umum (pemilu) adalah "satu-satunya metode demokratik" untuk memilih wakil rakyat.

Pemilihan umum menjadi salah satu indikator stabilitas dan dinamisnya demokratisasi suatu bangsa. Di Indonesia, penyelenggaraan pemilu secara periodik sudah berlangsung sejak tahun 1955, akan tetapi proses demokratisasi lewat pemilu-pemilu yang terdahulu belum mampu menghasilkan nilai-nilai demokrasi yang matang akibat sistem politik yang otoriter. Harapan untuk menemukan format demokrasi yang ideal mulai nampak setelah penyelenggaraan pemilu tahun 2004 lalu yang berjalan relatif cukup lancar dan aman.

Untuk ukuran bangsa yang baru beberapa tahun lepas dari system otoritarian, penyelenggaraan pemilu tahun 2004 yang terdiri dari pemilu legislatif dan pemilu presiden secara langsung yang berjalan tanpa tindakan kekerasan dan kekacauan menjadi prestasi bersejarah bagi bangsa ini. Tahapan demokrasi bangsa indonesia kembali diuji dengan momentum pemilihan kepala daerah langsung yang telah berlangsung sejak tahun 2005. Momentum pemilukada idealnya dijadikan sebagai proses penguatan demokratisasi.

Harapan besar mengenai implikasi pemilu langsung ini, rakyat berharap dapat mengetahui dan memahami isi yang terkandung dalam undang-undang, sehingga lebih dapat meningkatkan pengetahuan serta wawasan politik atau pendidikan politik yang lebih dewasa terutama lebih memperhatikan aspek-aspek hubungan antar susunan pemerintahan dan antar pemerintah daerah. Implikasi lebih lanjut melalui pemahaman undang-undang tersebut akan membuat rakyat menjadi paham politik, membangun tingkat kesadaran dalam berpolitik, serta masyarakat lebih kreatif dalam memilih calon kepala daerah yang mempunyai pemikiran yang ingin membangun daerahnya untuk maju dan sejahtera serta pelayanan publik yang lebih baik.

1. Pengertian Pemilihan Umum

Pemilihan umum adalah salah satu syarat dari negara demokrasi. Di dalam pemilihan umum, masyarakat menggunakan hak pilihnya untuk berpartisipasi dalam memilih calon pemimpinnya yang akan duduk di lembaga perwakilan rakyat secara langsung. Pemilihan umum adalah salah satu pesta demokrasi yang selalu ditunggu-tunggu oleh masyarakat Indonesia, khususnya kader-kader partai politik. Selain itu, pemilihan umum dianggap sebagai salah satu bentuk pemenuhan hak asasi warga negara di bidang politik.

Pemilu dilaksanakan dengan menganut asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Menurut T. May Rudy (2013:87), pemilihan umum adalah sesuatu hal yang penting dalam kehidupan kenegaraan. Pemilu adalah pengejawantahan sistem demokrasi. Melalui pemilu rakyat memilih wakilnya untuk duduk dalam parlemen dan dalam struktur pemerintahan.

Menurut Austin Ranney, pemilu dikatakan demokratis apabila memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Penyelenggaraan secara periodik (regular election)
2. Pilihan yang bermakna (meaningful choices)
3. Kebebasan untuk mengusulkan calon (freedom to put forth candidate)
4. Kesetaraan bobot suara (equal weighting votes)
5. Kebebasan untuk memilih (free registration oh choice)
6. Kejujuran dalam perhitungan suara dan pelaporan hasil (accurate counting of choices and reporting of results)

2. Sistem Pemilihan Umum

Dalam ilmu politik dikenal bermacam-macam sistem pemilihan umum dengan berbagai variasinya, menurut Ramlan Surbakti (2010:44) akan tetapi umumnya berkisar pada dua prinsip pokok, yaitu :

1. Single-member Constituency, yaitu satu daerah pemilihan memilih satu wakil, biasanya disebut sistem distrik. Sistem ini dibagi berdasarkan jumlah kursi di DPR.
2. Multi-member Constituency, yaitu satu daerah pemilihan memilih beberapa wakil, biasanya disebut sistem perwakilan berimbang atau sistem proporsional.

Perbedaan pokok antara kedua sistem ini adalah cara menghitung perolehan suara dapat menghasilkan perbedaan dalam parlemen bagi masing-masing partai politik.

Ada kelemahan dan kelebihan tersendiri dari kedua sistem ini, antara lain:

1. Kelebihan sistem distrik, antara lain wakil yang terpilih memiliki emosional dengan pemilihnya, sistem ini sederhana dan murah diselenggarakan, sistem ini lebih mendorong kearah integrasi partai-partai politik karena kursi yang diperebutkan dalam setiap distrik pemilihan hanya satu, dan lebih mudah bagi suatu partai untuk mencapai kedudukan mayoritas dalam parlemen sehingga tidak perlu diadakan koalisi dengan partai lain.
2. Kelemahan sistem distrik, antara lain hak-hak politik masyarakat diabaikan, ada kemungkinan wakil cenderung untuk lebih memerhatikan kepentingan distrik serta warga distriknya dari pada kepentingan nasional, dan sistem ini kurang memperhatikan partai-partai kecil dan golongan minoritas apalagi golongan-golongan ini terpecah dalam berbagai distrik, dan sistem ini kurang respek dalam arti bahwa partai yang calonnya kalah dalam suatu distrik kehilangan suara yang telah mendukungnya.
3. Keuntungan sistem proporsional, antara lain hak politik masyarakat tidak diabaikan atau akan dihitung, dan sistem ini dianggap representatif karena jumlah kursi partai dalam parlemen dengan jumlah masyarakat yang diperoleh dalam pemilihan umum, sistem ini dianggap lebih demokratis dalam arti lebih egalitarian karena praktis tanpa ada distorsi

yaitu kesenjangan antara suara nasional dan jumlah kursi dalam parlemen tanpa suara yang hilang atau wosted.

4. Kelemahan sistem proposional, antara lain munculnya partai-partai baru, pembagian keputusan di DPR akan sulit, wakil yang terpilih kemungkinan akan renggang ikatannya dengan konstituennya, dan sistem ini mempermudah fragmentasi partai.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang di pergunakan adalah metode penelitian kualitatif (Bogdan dan Taylor (1996), dengan fokus penelitian melihat apa saja strategi para caleg perempuan pada pemilu 2019 di Kabupaten Minahasa Selatan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisa data yang di pergunakan adalah teknik analisa data deskriptif kualitatif, yaitu data yang di dapat melalui teknik pengumpulan data, selanjutnya diberi interupsi yang secukupnya sesuai dengan tujuan penelitian yang di rumuskan. Tahapan analisis data diawali dengan melakukan reduksi data, kemudian dilanjutkan dengan melakukan display data, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

A. Calon Legislatif Perempuan sebagai Pemersatu Kaum Perempuan

Minimnya jumlah perempuan di dalam ranah politik sendiri salah satunya dipengaruhi oleh faktor budaya patriarki. Keterlibatan perempuan di bidang politik akan menjadi penyeimbang pembentukan kebijakan pemerintah dalam membentuk suatu keseimbangan fungsi dan peran dari berbagai aspek kepentingan-kepentingan yang ada di dalam institusi, terutama kepentingan kaum perempuan. Ketika caleg perempuan mampu melakukan pendekatan yang baik, maka atas nama persamaan gender, kaum perempuan tentu akan membantu pencalonannya tersebut. Strategi ini dilakukan oleh seluruh caleg perempuan yang menjadi narasumber.

Narasumber A mengatakan bahwa keberadaan caleg perempuan ternyata mendapat perhatian dan dukungan yang signifikan dari masyarakat. "Dukungan masyarakat / warga setempat dapat terlihat dari antusias mereka dalam setiap kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan terkhusus ibu-ibu yang rajin berpartisipasi di setiap kegiatan saya" ujar narasumber A saat wawancara. Narasumber B juga mengatakan "perempuan harus bisa menjadi wakil rakyat bahkan menjadi pemimpin juga harus bisa, perempuan jangan mau kalah, walaupun katanya wanita lemah kita harus membuktikan kalau kita bisa lebih baik dari laki-laki. Kata-kata ini selalu saya ucapkan ketika menghadiri sosialisasi maupun undangan yang saya terima." Ujar narasumber B saat wawancara.

B. Peran Partai Politik dalam Strategi Pemenangan Calon Legislatif Perempuan

Partai politik sebagai pilar penting dalam demokrasi yang tidak dapat dihilangkan keberadaannya. Partai politik mempunyai tujuan utama yakni memperebutkan kekuasaan. Partai politik juga dianggap sebagai sebuah organisasi yang berusaha memperjuangkan nilai-nilai yang ada di dalamnya. Bukan hanya memperjuangkan nilai tetapi juga memperjuangkan kekuasaan. Sebuah konsep partai politik menyebutkan bahwa partai politik merupakan sebuah organisasi untuk memperjuangkan nilai atau ideologi tertentu melalui penguasaan struktur kekuasaan dan kekuasaan itu diperoleh melalui keikutsertaannya di dalam pemilihan umum. Indonesia sebagai sebuah negara yang menerapkan sistem demokrasi tentu tidak bisa dipisahkan dari partai politik. Kehadiran partai politik seolah-olah menjadi satu kesatuan dengan system demokrasi. Sebagai sebuah entitas yang memiliki hubungan erat dengan sistem demokrasi, tentunya partai politik memiliki berbagai fungsi tersendiri. Sehubungan dengan fungsi partai politik tersebut narasumber A mengatakan bahwa partainya melakukan hal yang terbaik untuk semua anggotanya, tanpa membedakan laki-laki dan perempuan. Semuanya diperlakukan dengan baik tanpa ada pembedaan, hal demikian juga disampaikan oleh narasumber B.

Dari hasil wawancara saya menyimpulkan bahwa caleg perempuan yang berhasil menjadi anggota legislatif adalah mereka yang sebelumnya pernah aktif berorganisasi dan

menggeluti politik. Tingkat pendidikan dan kematangan berorganisasi berpengaruh terhadap pemahaman caleg perempuan dalam menerapkan strategi politik. Semakin tinggi tingkat pendidikan akan berpengaruh terhadap pola penyampaian informasi yang berpeluang menambah suara masyarakat karena komunikasi yang jelas dan baik dapat membuat masyarakat mengerti dan menerima gagasan yang ditawarkan caleg perempuan.

C. Strategi Pemenangan Calon Legislatif Perempuan dalam Merebut Suara Rakyat dan Memenangkan Pemilu 2019 di Kabupaten Minahasa Selatan

Strategi sebagai arah atau cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah guna mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan (stakeholder). Strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk meralisasikan cita-cita politik. Strategi politik biasa digunakan dalam usaha merebut atau mempertahankan kekuasaan, terutama saat pemilihan umum. Strategi ini berkaitan dengan strategi kampanye, dengan tujuan untuk memperoleh kekuasaan dan pengaruh sebanyak mungkin dengan cara meraih hasil (suara) yang maksimal di pemilu, guna mendorong kebijakan-kebijakan yang dapat mengarah pada perubahan masyarakat.

Berdasarkan strategi politik dapat di simpulkan bahwa strategi pemenangan adalah upaya menyusun perencanaan dengan langkah-langkah sistematis guna memenangkan suatu pertempuran secara politis. Terdapat unsur-unsur tambahan agar berbagai strategi yang telah disusun (direncanakan), berjalan maksimal yaitu, taktik. Taktik yang baik sangat diperlukan dalam memukul atau mengalahkan lawan, secara ideologi maupun politik.

Perumusan menjabarkan hal apa saja yang perlu direncanakan secara strategi. Hal ini harus mencakup tiga elemen yakni tujuan secara keseluruhan yang menguraikan posisi yang ingin kita capai melalui perencanaan strategi tersebut, alasan pentingnya pencapaian tujuan secara keseluruhan dan kerangka waktu (kurun waktu) dimana keseluruhan tujuan harus dicapai.

Dalam sebuah strategi politik, misi dapat diartikan persetujuan atas suatu posisi tertentu, partisipasi dalam suatu tugas tertentu, dipilih sebagai kandidat. Dalam sebuah perencanaan karir politik, misi harus menyatakan untuk siapa strategi itu direncanakan. Dengan demikian misi dapat menetapkan suatu kerangka atau batasan. Dan misi tidak boleh dirumuskan secara terlalu optimis sehingga menjadi tidak realistis. Pengumpulan fakta berarti pengumpulan fakta-fakta internal dan eksternal yang relevan. Fakta internal adalah fakta yang menyangkut organisasi sendiri. Fakta eksternal adalah fakta yang menyangkut para pekerja atau lingkungan dimana akan direalisasikan. Pembatasan antara fakta internal dan eksternal tidak terlalu mudah, tapi pembatasan dilakukan sebelum proses pengumpulan fakta dimulai, untuk menghindari munculnya kesalahpahaman. Fakta kompetitor atau pesaing adalah fakta yang berasal dari organisasorganisasi, yang merupakan pesaing langsung dari organisasi kita sendiri. Fakta lingkungan adalah fakta yang berasal dari masyarakat yang akan dijalankan.

Disini faktanya narasumber A merupakan pengurus parpol yang mencalonkan diri sebagai caleg perempuan atas keinginan sendiri dan ia melakukannya untuk mensejahterakan rakyatnya. Narasumber B juga merupakan pengurus parpol yang menginginkan kaum muda harus memiliki pendidikan yang baik.

Dari hasil penelitian yang diperoleh peneliti, maka peneliti akan membahas dengan menggunakan teori dari Peter Schroder (Politik Marketing, Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye DPR, DPD, Presiden, 2004:162), Pada dasarnya strategi dibagi menjadi beberapa jenis yaitu :

1. Strategi Defensif (Bertahan)

Pada indicator ini peneliti akan membahas mengenai strategi untuk mempertahankan basis konstituen (pemilih tradisionalnya) dan strategi untuk menutup penyerangan dari partai lain. Strategi defensif akan muncul ke permukaan, salah satunya apabila partai pemerintah atau sebuah koalisi pemerintahan yang terdiri atas beberapa partai ingin mempertahankan mayoritasnya apabila potential constituent (pemilih potensial) ingin dipertahankan.

Selain itu, strategi defensif juga dapat muncul apabila sebuah arena kontestasi atau basis konstituen tidak akan dipertahankan lebih lanjut atau ingin ditutup, dan penutupan basis konstituen diharapkan membawa keuntungan sebanyak mungkin. Dari hasil penelitian yang di

peroleh dari informan menerangkan bahwa setiap pasangan calon perempuan yang ada tentunya memiliki cara tersendiri untuk bisa mempertahankan pendukung mereka agar supaya tidak di ambil hak suara mereka dengan pasangan calon nya.

Dan dalam hal ini peneliti menemukan bahwa cara untuk mempertahankan basis pemilih mereka adalah dengan menghadiri setiap acara-acara sosial dari masyarakat yang ada, dan juga memberikan bantuan sosial untuk bisa membantu kegiatan sosial masyarakat tersebut, dan ternyata hal ini bisa membuktikan bahwa para pendukung mereka bisa tetap memilih mereka pada saat pemilu 2019 di Kabupaten Minahasa Selatan berlangsung, dalam hal ini juga cara tersebut bisa membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat agar supaya basis mereka ini tidak memilih pasangan calon yang ada.

Pada pemilihan legislative tahun 2019 di Kabupaten Minahasa Selatan tentunya para calon perempuan terus menjaga basis mereka, agar supaya tidak mendukung pasangan calon lain. Strategi defensive ini merupakan salah satu strategi terbaik karena strategi ini digunakan untuk tetap menjaga para pendukung mereka. Strategi bertahan ini juga dilakukan oleh para caleg perempuan pada saat mensosialisasikan visi misi mereka, karena dinilai di momen tersebut sangat tepat waktunya, karena pada saat penyampaian visi misi mereka, mereka bisa mendoktrin para pendukungnya untuk bisa lebih yakin kepada pasangan calon tersebut dan tentunya hal ini strategi ini bisa menguntungkan pasangan calon yang ada.

Strategi defensif ini juga di harapkan dapat membuat caleg legislative yang ada untuk dapat mempertahankan basis mereka, karena melihat persaingan pada pemilu tahun 2019 di Kabupaten Minahasa Selatan penuh dengan dramatisasi atau persaingan yang ketat, artinya setiap pasangan calon yang ada melakukan segala cara untuk dapat menarik simpati dari masyarakat Kabupaten Minahasa Selatan khususnya pada daerah pemilihan mereka masing-masing. Strategi defensif ini juga biasanya di lakukan oleh pasangan calon pada saat mereka merasa, basis mereka sudah mulai di ganggu oleh calon lain yang ada. Dan disinilah para calon legislative melakukan strategi defensif untuk bisa mempertahankan basis mereka.

2. Strategi Ofensif (Menyerang)

Pada indikator ini peneliti akan membahas mengenai strategi yang selalu di butuhkan apabila partai ingin meningkatkan jumlah pemilihnya atau apabila pihak eksekutif ingin mengimplementasikan sebuah proyek. Pada dasarnya, semua strategi ofensif yang diterapkan pada saat kampanye pemilu harus menampilkan perbedaan yang jelas dan menarik antara suatu kekuatan politik dengan partai partai pesaing yang ingin diambilalih pemilihnya. Strategi ini biasanya di lakukan oleh para caleg perempuan ketika para eksekutif merupakan satu partai dengan mereka, karena strategi ini mampu menyerang lawan mereka, karena bisa mempengaruhi psikologi masa, hal ini bisa di buktikan dengan setiap pasangan calon yang ada, ketika partai pengusung mereka sama dengan para eksekutif maka mereka akan mengambil keuntungan dengan membandingkan mereka yang jelas-jelas satu partai dengan calon yang bersangkutan.

Strategi menyerang ini tentunya membawah pengaruh yang besar pada masyarakat dan bisa mengubah pilihan masyarakat, karena di tengah masyarakat juga, ada pemilih yang sudah fanatik dengan satu partai tertentu dan ini bisa menguntungkan caleg perempuan yang ada. Strategi menyerang ini biasanya di terapkan pada saat kampanye, saat sedang bertatap muka langsung dengan masyarakat yang ada. Strategi ini juga dinilai mampu menarik simpati masyarakat dalam proses pemilu tahun 2019, strategi ini juga biasanya di peroleh dari para caleg pada saat dilakukannya pendidikan politik partai atau di internal partai. Strategi ini juga bisa memperluas nama caleg yang ada, dan ini juga biasa di lakukan di media sosial dengan cara menjual visi misi mereka beserta dengan meyakinkan masyarakat agar supaya hak pilih mereka digunakan untuk pasangan calon tersebut.

Strategi menyerang ini juga, merupakan strategi paling ampuh yang digunakan oleh caleg untuk bisa menjatuhkan lawan mereka atau untuk bisa merubah pilihan mereka dalam menentukan pilihan mereka. Pada dasarnya, semua strategi ofensif yang diterapkan pada saat kampanye pemilu harus menampilkan perbedaan yang jelas dan menarik antara suatu kekuatan politik dengan partai partai pesaing yang ingin diambilalih pemilihnya. Strategi ini biasanya di lakukan oleh para caleg perempuan ketika para eksekutif merupakan satu partai dengan mereka, karena strategi ini mampu menyerang lawan mereka, karena bisa mempengaruhi

psikologi masa, hal ini bisa di buktikan dengan setiap pasangan calon yang ada, ketika partai pengusung mereka sama dengan para eksekutif maka mereka akan mengambil keuntungan dengan membandingkan mereka yang jelas-jelas satu partai dengan calon yang bersangkutan. Strategi ini juga biasanya dilakukan oleh para caleg ketika mereka merasa sudah terancam posisi mereka karena factor lawan yang ada.

3. Strategi Pencitraan

Pada indikator ini peneliti akan membahas tentang bagaimana citra yang di bangun pasangan calon legislative perempuan ketika membangun informasi di media masa, media social ataupun di tengah public yang ada. Yang di dalam citra politik tersebut menceritakan tentang penawaran program yang ada, mengkonstruksi, menciptakan dan memperkuat pesan-pesan politik, sehingga berhasil membangun opini yang baik di benak pikiran masyarakat terhadap calon legislative perempuan, kemudian dari citra yang di bangun tersebut menjatuhkan pilihannya kepada calon legilatif perempuan tersebut sebagai penyambung aspirasi dari masyarakat yang ada.

Pada Pemilihan legislative tahun 2019 di Kabupaten Minahasa Selatan, caleg perempuan yang ada tentunya membangun pencitraan sebaik mungkin pada masyarakat yang ada, dengan tujuan tentunya untuk bisa menarik simpati masyarakat, agar menggunakan hak pilih mereka untuk memilih calon perempuan tersebut. Pencitraan tersebut dilakukan dengan cara menyampaikan visi-misi mereka kepada masyarakat dengan sebaik mungkin dan juga bisa meyakinkan masyarakat di Kabupaten Minahasa Selatan khususnya pada daerah pemilihan mereka.

Pencitraan yang di bangun oleh caleg perempuan juga bisa dilihat dengan hadirnya caleg perempuan pada acara-acara social masyarakat, dan di dalamnya juga para caleg perempuan ini membangun hubungan sebaik mungkin dengan masyarakat yang ada, agar bisa mendapat hati masyarakat tersebut. Para caleg perempuan juga membuat tim relawan atau bisa di sebut komunitas yang ada dengan tujuan agar masyarakat bisa merasakan kehadiran dari calon tersebut, walaupun caleg perempuan tersebut tidak bersama-sama dengan mereka. Hal yang paling menjadi senjata ampuh para caleg perempuan juga ternyata bisa lihat dengan para caleg perempuan ini melakukan pendekatan dengan para kaum milenial ini.

Pendekatan yang di bangun oleh para caleg ini dengan cara mendukung kegiatan atau aktivitas para kaum milenial seperti membantu mereka membuat kegiatan-kegiatan milenial seperti lomba sepak bola, volley, dan juga e-sport. Karena para caleg menganggap bahwa cara yang paling tepat untuk menarik simpati dari kaum milenial adalah mendukung dan membantu mereka untuk bisa menyalurkan hobi mereka, dan strategi ini di anggap cara terbaik untuk bisa membangun pendekatan dengan kaum milenial dan juga bisa menarik simpati mereka pada proses pemilihan umum calon legilatif di Kabupaten Minahasa Selatan.

4. Strategi Ketokohan dan Kelembagaan

Pada indicator ini peneliti akan membahas tentang bagaimana para calon legislatif perempuan merawat ketokohan seorang politikus dan kemantapan lembaga politik yang dimilikinya dalam masyarakat, akan memberikan pengaruh tersendiri dalam proses komunikasi politik. Disamping merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, diperlukan pula kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik yang ada. Di Kabupaten Minahasa yang di lakukan caleg perempuan tentang strategi ketokohan dan kelembagaan adalah dengan menunjukkan kecenderungan pemberi suara dalam pemilihan umum untuk menjatuhkan pilihannya kepada pahlawan politik, yaitu kandidat yang sesuai dengan citra jabatan ideal baginya. Citra jabatan yang ideal yang dimaksud itu ialah politikus yang memiliki ketokohan, karena mempunyai sifat-sifat utama seperti kecakapan, kedewasaan, kejujuran, keberanian dan sebagainya. Dalam strategi ini menunjukkan bahwa komunikasi politik terutama retorika politik atau pidato dari calon legislative perempuan di hadapan massa, pada hakekatnya khalayak akan memperhatikan siapa (tokoh politik) ketimbang apa (pesan politik) yang akan disampaikan. Artinya khalayak akan tertarik bukan kepada isi pidato. Hal ini menunjukkan bahwa ketokohan adalah hal yang sangat utama dalam komunikasi politik.

Strategi ketokohan dari caleg perempuan di Kabupaten Minahasa Selatan pada pemilu tahun 2019 di harapkan mampu menunjukkan kharisma dari caleg perempuan yang ada agar

bisa meyakinkan masyarakat karena kredibilitas dari caleg perempuan tersebut, yaitu dapat dipercaya karena karakter dan moralitas yang terpuji dalam pergaulan di tengah-tengah masyarakat. Kepercayaan itu juga tumbuh karena adanya keahlian atau kemampuan dan ketrampilan dalam menyampaikan substansi pesan yang dikuasainya. Keahlian diperoleh dalam waktu yang lama melalui pembelajaran atau pendidikan formal maupun informal.

Memelihara atau merawat ketokohan dijadikan sebagai langkah strategis utama untuk melakukan komunikasi politik. Selain itu, langkah strategis utama yang harus dilakukan adalah membesarkan lembaga politik atau memantapkan kelembagaan politiknya. Hal ini sangat penting dilakukan karena merupakan faktor yang mendasar dalam komunikasi politik, terutama yang berkaitan dengan kampanye, pencitraan, dan pemberian suara dalam pemilihan umum di Kabupaten Minahasa Selatan tahun 2019 lalu, dan strategi ini biasanya di ajarkan pada setiap pendidikan partai politik, yang biasanya tiap-tiap internal partai berbeda-beda proses pendidikan politik mereka.

KESIMPULAN

Strategi Defensif atau strategi bertahan biasanya di lakukan oleh para calon legislatif perempuan di Kabupaten Minahasa Selatan ketika mereka ingin mempertahankan basis mereka, karena mengingat persaingan pada saat pemilu tahun 2019 di Kabupaten Minahasa Selatan yang sangat ketat, maka dari itu tiap caleg yang ada harus mampu mempertahankan basis mereka sampai pada saat pencoblosan dan perhitungan suara.

Strategi Ofensif atau strategi menyerang biasanya di lakukan oleh para caleg perempuan di Kabupaten Minahasa Selatan merasa bahwa posisi mereka mulai terancam atau basis mereka sudah mulai di ganggu oleh caleg lainnya, maka dari itu strategi ofensif atau menyerang ini harus dilakukan dengan tujuan untuk menyeimbangan posisi mereka agar tetap mendapat simpati dari masyarakat Kabupaten Minahasa Selatan khususnya di daerah pemilihan mereka masing-masing.

Strategi pencitraan merupakan strategi yang dilakukan untuk penawaran program yang ada, mengkonstruksi, menciptakan dan memperkuat pesan-pesan politik, sehingga berhasil membangun opini yang baik di benak pikiran masyarakat terhadap calon legislative perempuan, kemudian dari citra yang di bangun tersebut menjatuhkan pilihannya kepada calon legilatif perempuan tersebut sebagai penyambung aspirasi dari masyarakat yang ada.

Strategi Ketokohan dan Kelembagaan, biasanya dilakukan merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, diperlukan pula kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik yang ada. Di Kabupaten Minahasa yang di lakukan caleg perempuan tentang strategi ketokohan dan kelembagaan adalah dengan menunjukkan kecenderungan pemberi suara dalam pemilihan umum untuk menjatuhkan pilihannya kepada caleg perempuan tersebut, yaitu kandidat yang sesuai dengan citra jabatan ideal baginya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus M. Hardjana. 2002. **Komunikasi intrapersonal & Komunikasi Interpersonal**. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Arifin, Anwar. 2006. **Komunikasi Politik (Filsafat - Paradigma - Teori - Tujuan - Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia)**. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bogdan, Robert dan Taylor, **Pengantar Metode Penelitian Kualitatif**, Terjemahan oleh Arief Rurchan, (Surabaya : Usaha Nasional, 1992)
- Evan, W, M., & Zelditch, M, A. 1961. **Laboratory Experiment An Bureauw Crotic Authority**, *American Sociological Review*
- Hicks et al. (2005). **Delighted Consumers Buy Again**. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*.
- HR, Daeng Naja, 2005, **Hukum Kredit dan Bank Garansi**, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Latuheru, JD. 1988. **Media Pembelajaran dalam Proses Belajar Masa. Kini**. Jakarta: Depdikbud

- Masrun. 1986. **Studi Mengenai Kemandirian Pada Penduduk Di Tiga Suku**, *Laporan Penelitian Kantor Menteri Negara dan Lingkungan Hidup*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- May, Rudy .2013. **Administrasi dan Organisasi Internasional**. PT Refika Aditama, Bandung
- Nasution. 2006. **Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif**. Bandung : Tarsito.
- Nimmo. 2005. **Komunikasi Politik**. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nursal, Adman.2008. **Politik Marketing,Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru kampanye DPR, DPD, Presiden**. Bandung, CV Jaya Abadi.
- Prihatmoko Joko & Moesafa. 2008. **Menang Pemilu di Tengah Oligarki Partai**, Jakarta.PT.Tirta Jasa.
- Salusu. 2006. **Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit**. Grasindo. Jakarta.
- Surbakti, Ramlan. 2010. **Memahami Ilmu Politik**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sumber Lainnya:

- Undang-undang Nomor 31 Tahun 2002 tentang Partai Politik
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2003 tentang Pemilihan Umum
- Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
- UU No. 2 Tahun 2008 memuat kebijakan yang mengharuskan partai politik menyertakan keterwakilan perempuan minimal 30% dalam pendirian maupun dalam kepengurusan di tingkat pusat.
- UU No. 10 Tahun 2008
- UU No 7 tahun 2017 tentang pemilihan umum
- Hendra Sipayung (dikutip dalam politik.kompasiana.com 6 Desember 2019, pukul 12.41 WIB),