

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK CALON LEGISLATIF DALAM
MEMENANGKAN PEMILU TAHUN 2014
DI KOTA SAMARINDA
(Studi Tentang Calon Legislatif Perempuan di Partai Golkar,
Gerindra dan PKS)**

Rukmawati Sukarman¹

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi komunikasi politik caleg perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda pada caleg perempuan di partai Golkar, Gerindra dan PKS serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Fokus penelitian yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Hasil penelitian yaitu strategi komunikasi politik yaitu perencanaan dengan memetakan wilayah, mengetahui target pemilih dan bagaimana menarik simpati mereka, pelaksanaan melakukan sosialisasi dengan keluarga, teman/sahabat, terjun langsung kelapangan, menjadikan masyarakat sebagai relawan, memberikan souvenir, memperkenalkan diri melalui media koran, televisi lokal dan kampanye langsung ke masyarakat, serta evaluasi yaitu caleg perempuan yang berhasil terpilih sebagai anggota DPRD Kota Samarinda yaitu Dapil 1 Ibu Sarlena dari Partai Gerindra dan Dapil 4 Ibu Fitria Al Ydrus dari Partai Golkar.

Kesimpulan yaitu strategi komunikasi politik yang berhasil terpilih sebagai anggota DPRD Kota Samarinda Provinsi Kaltim yaitu turun langsung kelapangan, hanya menitik beratkan pada pemilih perempuan, memetakan wilayah secara statistik, menarik simpatik, merangkul masyarakat menjadi relawan. Adapun faktor pendukung meliputi dukungan suami, keyakinan dan tekad diri. Sedangkan faktor penghambat meliputi kurang pendekatan dan politik uang.

Kata Kunci : Komunikasi Politik, Calon Legislatif Perempuan, Pemilu.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh yang negatif. Strategi komunikasi suatu cara untuk mengatur pelaksanaan proses komunikasi sejak dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan. Dimana untuk mencapai tujuan tersebut strategi

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (Arifin, 2011 : 84).

Strategi komunikasi termasuk salah satu kunci keberhasilan sebuah partai politik dalam memenangkan pemilu. Diketahui pemilu (Pemilihan Umum) merupakan sarana demokrasi yang menjadi ajang bagi kedaulatan rakyat. Pemilu menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Calon legislatif (Caleg) dalam pemilu, identik dengan laki-laki yang akibatnya menjadi semakin sulit bagi perempuan untuk mengkonsolidasikan posisi dan kedudukannya dalam kancah ini. Usaha untuk memperjuangkan jumlah perempuan duduk di lembaga parlemen dan pemerintahan dilakukan agar keterwakilan jumlah dan suara perempuan seimbang dalam lembaga negara ini. Namun hasil yang diperoleh hanya sebatas kuantitas keterwakilan perempuan di lembaga legislatif. Kuantitas ini belum memadai dibandingkan dengan kualitas suara dan peran-peran strategis perempuan sebagai pengambil kebijakan di domain politik (Subiakto, 2012 : 155).

Berdasarkan studi pendahuluan pada Komisi Pemilihan Umum Daerah Kota Samarinda, diketahui perempuan yang ikut mencalonkan diri pada pemilu legislatif tahun 2009 dari 38 partai terdapat 570 orang dan yang memenangkan pemilu ada 16 orang. Sedangkan perempuan yang ikut mencalonkan diri pada pemilu legislatif tahun 2014 dari 12 partai terdapat 188 orang dan yang memenangkan pemilu ada 9 orang. Sehingga jumlah perempuan yang mendapatkan kursi masih tergolong rendah, dimana latar belakang pendidikan perempuan yang ikut mencalonkan diri pada pemilu legislatif pada tahun 2009 terdapat 228 orang yang lulusan Strata Satu (S1) sedangkan tahun 2014 hanya terdapat 83 orang yang lulusan Strata Satu (S1).

Pemilu legislatif tahun 2014, para caleg perempuan di partai Golkar, Gerindra dan PKS secara penuh siap untuk menghadapi dan siap memenangkan pemilu. Sebab sesuai amanah Undang-Undang keterwakilan 30 persen perempuan dilegislatif membuat partai Golkar, Gerindra dan PKS mempersiapkan kader-kadernya dengan keterwakilan calon legislatif perempuannya yang masing-masing daerah pemilihan lebih dari 30 persen kuota perempuan dan telah memenuhi penempatannya.

Adapun pada pemilu legislatif tahun 2014 caleg perempuan yang memenangkan pemilu dari partai Golkar terdapat 1 orang, Gerindra terdapat 1 orang dan PKS tidak ada caleg perempuan yang memenangkan pemilu. Dimana diketahui partai Golkar, Gerindra dan PKS dari pemilu legislatif tahun 2009 hingga pemilu legislatif tahun 2014 ini selalu konsisten dengan ketetapan kuota perempuan yakni 30 persen yang berdasarkan Undang-Undang Nomor 2 Tahun

2008 tentang Partai Politik pasal 2 ayat 2. Akan tetapi keberhasilan caleg perempuan memenangkan pemilu tidak lepas dari pengaruh strategi komunikasi politik yang mereka terapkan.

Berdasarkan hal tersebut, penulis mengambil studi kasus di DPD partai Golkar, Gerindra dan PKS di Kota Samarinda, karena penulis merasa tertarik melihat keterwakilan perempuan dalam pemilihan caleg yakni daerah pemilihan Samarinda Kota dengan mengambil judul **“Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif dalam Memenangkan Pemilu Tahun 2014 di Kota Samarinda (Studi tentang calon legislatif perempuan di partai Golkar, Gerindra dan PKS)”** dengan alasan bahwa penelitian ini ingin mengungkap bagaimana strategi komunikasi politik perempuan di daerah pemilihan Samarinda Kota dalam memenangkan pemilu tahun 2014.

Judul Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Perempuan dalam Memenangkan Pemilu Tahun 2014 di Kota Samarinda ini terinspirasi dari sebuah partai yang melibatkan perempuan dalam memenangkan pemilu yaitu partai Golkar, Gerindra, dan PKS tahun 2014 dengan perempuan sebagai basis kader melalui program pendidikan kekaderan yang berkelanjutan.

Rumusan masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda pada partai Golkar, Gerindra dan PKS ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda pada partai Golkar, Gerindra dan PKS ?

Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda pada partai Golkar, Gerindra dan PKS.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda pada partai Golkar, Gerindra dan PKS.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Melalui penelitian ini dapat melengkapi kelengkapan kepastakaan dalam bidang politik ilmu komunikasi khususnya yang berhubungan dengan politik perempuan.
2. Manfaat Praktis
Hasil penelitian ini diharapkan juga berguna untuk dijadikan sebagai sumber referensi jika akan melakukan penelitian dengan tema yang sama.

KERANGKA DASAR TEORI

Pengertian Komunikasi Politik

Mueller (1973 : 73) yang dikutip oleh Sudarmansyah dkk (2013 : 29), mendefinisikan komunikasi politik sebagai hasil yang bersifat politik apabila menekankan pada hasil. Sedangkan definisi komunikasi politik jika menekankan pada fungsi komunikasi politik dalam sistem politik, adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya.

Fungsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik menurut Sastroatmodjo (2005 : 63) memiliki lima fungsi dasar, yakni :

1. Memberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi di sekitarnya.
2. Mendidik masyarakat terhadap 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 itu 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.

Kajian Komunikasi Politik Dalam Ranah Ilmu Komunikasi

Komunikasi politik diletakkan pada telaah kritis ranah ilmu komunikasi, yakni komunikasi teknis, komunikasi terapan dan teori komunikasi, maka pada tingkat teknis komunikasi politik menyangkut kiat komunikasi yang spesifik misalnya melepaskan desas-desus (rumor), membuat pesan yang membangkitkan keresahan, memanipulasi informasi dari liputan kamera atau penampilan gambar yang memberi kesan pengikut kampanye yang sepi. Hal seperti ini biasanya berkembang dari lapangan kemudian didesain sedemikian rupa. Tetapi penggunaannya lebih tergantung pada keterampilan, naluri, kejelian dan improvisasi dari perilaku dengan berbagai ragam variasi (Surbakti, 2011 : 38).

Teori Komunikasi Politik

Dalam komunikasi politik terdapat teori-teori yang berkaitan dengan komunikasi politik yaitu :

1. Teori Kepribadian Dalam Politik (Teori Fenomenologis)
2. Teori Pembangunan (Teori Partisipatoris)

Komunikasi Politik Perempuan

Potensi perempuan sebagai komunikator politik perlu digarap. Dalam banyak kasus, perempuan sendiri tidak hanya tidak mampu mengomunikasikan identitas

dirinya sebagai perempuan tetapi juga mengomunikasikan agenda-agenda dan visi politiknya (Subiakto, 2012 : 160).

Gambaran Politisi Perempuan Dalam Media

Adapun gambaran politisi perempuan dalam media menurut Kurniasari (2010 : 13), komunikasi politik perempuan adalah persoalan yang serius. Masih banyak liputan media massa yang tidak memberikan keuntungan bagi kaum perempuan yang terlibat dalam kepemimpinan politik. Sehingga pada akhirnya gambaran ini akan bisa mempengaruhi opini publik yang beredar di masyarakat.

Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik menurut Cutlip dkk (2006 : 288) yaitu sebagai berikut :

1. Perencanaan
2. Pelaksanaan
3. Evaluasi

Strategi Komunikasi Dalam Melakukan Kampanye Politik

Adapun strategi komunikasi dalam melakukan kampanye politik harus meliputi visi dan misi, sasaran, wilayah dan strategi penggalangan seperti yang dijelaskan sebagai berikut (Arifin, 2011 : 45) :

1. Visi dan misi
2. Sasaran
3. Wilayah/Teritorial
4. Strategi Penggalangan

Pemilu (Pemilihan Umum)

Menurut Arifin (2011 : 220) salah satu tujuan komunikasi politik yang sangat penting adalah memenangkan pemilu (pemilihan umum). Sukses tidaknya komunikasi politik yang efektif adalah diukur dari jumlah suara yang diperoleh melalui pemilu yang bersih, bebas, langsung dan rahasia. Dalam hal itu tidak terdapat intimidasi atau politik uang (*money politics*) secara sistematis baik yang bersifat individual maupun yang bersifat massal.

Definisi Konseptual

Strategi komunikasi politik perempuan adalah strategi yang digunakan oleh perempuan di partai Golkar, Gerindra dan PKS yang menggunakan strategi kampanye politik, bentuk-bentuk kampanye serta menentukan target atau sasaran.

Calon legislatif perempuan adalah kandidat partai Golkar, Gerindra dan PKS yang ikut serta dalam pemilu tahun 2014 dan mendapatkan nomor urut pada partai yang mengusung mereka sebagai kandidat legislatif, caleg ini juga pernah duduk sebagai anggota DPRD Kaltim maupun yang baru mencalonkan diri.

Memenangkan pemilu adalah upaya calon legislatif perempuan partai Golkar, Gerindra dan PKS dalam mendapatkan suara terbanyak dari rakyat dalam pemilu 2014 mendatang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, menurut Maleong (2005:90) penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang bersifat alamiah, yang bergantung pada suatu pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri berhubungan dengan orang-orang, latar dan perilaku secara menyeluruh.

Fokus Penelitian

1. Perencanaan, yaitu membangun komunikator politik dengan menampilkan pengalaman dan keahlian seseorang.
2. Pelaksanaan, yaitu menciptakan kebersamaan menghadiri acara-acara sebagai bentuk pendekatan.
3. Evaluasi yaitu mengetahui sejauh mana keberhasilan strategi komunikasi politik yang telah dilakukan dalam mendapatkan hasil positif.

Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer
Data-data diperoleh langsung dari sumber penelitian, diantaranya dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada calon anggota legislatif perempuan di partai Golkar, Gerindra dan PKS.
2. Data Sekunder
Sumber data pendukung yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kepustakaan yang didapat dari buku-buku pendukung, jurnal, hasil dokumentasi, skripsi dan informasi yang diperoleh dari berbagai media massa.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Observasi
3. Dokumentasi
4. Studi Pustaka

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian kualitatif ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2008 : 218) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yakni sumber data dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan sehingga mempermudah peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang sedang diteliti.

Teknik Analisis Data

Untuk menganalisa data kualitatif menurut Miles dan Michael sebagai berikut :

1. Reduksi data
2. Penyajian data
3. Penarikan kesimpulan

Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 12 April – 29 April tahun 2014 yang dilakukan di Kantor DPD partai Golkar, Gerindra, dan PKS di Samarinda

HASIL PENELITIAN

Pembahasan

Perencanaan Kampanye Caleg Perempuan

Perencanaan strategis adalah proses yang dilakukan suatu organisasi untuk menentukan strategi atau arahan, serta mengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber dayanya (termasuk modal dan sumber daya manusia) untuk mencapai strategi ini. Perencanaan strategis merupakan alat manajemen yang digunakan untuk mengelola kondisi saat ini untuk melakukan proyeksi kondisi pada masa depan, sehingga rencana strategis adalah sebuah petunjuk yang dapat digunakan organisasi dari kondisi saat ini untuk mereka bekerja menuju 5 sampai 10 tahun ke depan. Untuk mencapai sebuah strategi yang telah ditetapkan oleh organisasi dalam rangka mempunyai keunggulan kompetitif, maka para pemimpin atau manajer haruslah bekerja dalam sebuah sistem yang ada pada proses perencanaan strategis (Kerzner, 2006 : 26).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui perencanaan strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda pada partai Golkar, Gerindra dan PKS berbeda-beda dimana terdapat caleg yang memetakan wilayah secara statistik, mengetahui target pemilih, bagaimana menarik simpati mereka, sosialisasi, memberikan pelatihan dan turun langsung kelapangan, mengajak masyarakat mengikuti kegiatan partai, pendekatan dengan teman, sahabat maupun keluarga, membangun solidaritas anggota partai, mengetahui keunggulan diri pribadi, akan tetapi terdapat pula caleg yang tidak mempunyai perencanaan strategi karena menjadi caleg hanya untuk memenuhi kuota caleg perempuan di partai yaitu 30 persen.

Padahal diketahui dengan perencanaan kampanye yang baik dapat mengarahkan pelaksanaan kampanye yang merangkul seluruh masyarakat daerah pemilihan caleg tersebut. Sehingga cenderung caleg perempuan yang memiliki strategi perencanaan kampanye memiliki tim sukses yang membantu dalam pelaksanaan kampanye.

Pelaksanaan Kampanye Caleg Perempuan

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam 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 ke dua kata tersebut. Menurut Cutlip dkk (2006 : 288) pelaksanaan strategi merupakan mengimplementasikan program tindakan dan komunikasi yang didesain mencapai tujuan spesifik. Beberapa hal yang ada pada pelaksanaan strategi komunikasi yaitu tindakan nyata, mengambil langkah strategis dan taktis berdasarkan analisa dimana salah satu pertimbangannya adalah target jangka waktu. Serta prinsip utama komunikasi tersebut adalah terjadi kesamaan makna dan mampu meminimalisir bias.

Pelaksanaan strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda, diketahui yaitu para caleg perempuan dari partai Golkar, Gerindra dan PKS melakukan sosialisasi dengan keluarga, teman atau sahabat, terjun langsung kelapangan melihat kondisi masyarakat berdasarkan pekerjaan maupun jenis kelamin, menjadikan masyarakat sebagai relawan dengan sistem kekerabatan, memberikan hadiah dalam bentuk souvenir, memperkenalkan diri melalui media koran, televisi lokal dan kampanye langsung ke masyarakat.

Adapun target pemilih para calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda pada partai Golkar, Gerindra dan PKS, diketahui terdapat calon legislatif yang hanya menitikberatkan pada pemilih perempuan dan terdapat pula calon legislatif yang menargetkan pemilih secara keseluruhan yaitu baik perempuan maupun laki-laki.

Penyelenggaraan pemilu yang berkualitas diperlukan sebagai sarana untuk mewujudkan kedaulatan rakyat dalam pemerintahan negara yang demokratis. Meskipun dari aspek politik, penyelenggaraan pemilu merupakan sesuatu yang rutin dilaksanakan pemerintah, namun dalam pelaksanaannya tetap terdapat banyak masalah yang perlu diantisipasi dan diselesaikan. Pemerintah perlu membangun komunikasi politik yang baik, efektif, dan tepat dengan para stakeholders terkait, agar pemilu terlaksana sesuai yang diharapkan, sehingga pemerintahan juga berjalan dengan baik dan stabil.

Evaluasi Kampanye Caleg Perempuan

Evaluasi adalah proses penilaian atau proses pengukuran akan efektifitas strategi yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan. Data yang diperoleh dari hasil pengukuran tersebut akan digunakan sebagai analisis situasi program berikutnya (Umar, 2005 : 99).

Dalam mengadakan sebuah proses evaluasi, terdapat beberapa hal yang akan dibahas yaitu apa yang menjadi bahan evaluasi, bagaimana proses evaluasi, kapan evaluasi diadakan, mengapa perlu diadakan evaluasi, dimana proses evaluasi diadakan, dan pihak yang mengadakan evaluasi. Hal yang perlu dilakukan evaluasi tersebut adalah narasumber yang ada, efektifitas penyebaran pesan, pemilihan media yang tepat dan pengambilan keputusan anggaran dalam mengadakan sejumlah promosi dan periklanan. Evaluasi tersebut perlu diadakan dengan tujuan untuk menghindari kesalahan perhitungan pembiayaan, memilih strategi terbaik dari berbagai alternatif strategis yang ada, meningkatkan efisiensi iklan secara general, dan melihat apakah tujuan sudah tercapai (Umar, 2005 : 102).

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui evaluasi strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda berdasarkan hasil Pemilihan Umum pada tanggal 9 April 2014 para informan yang berhasil terpilih sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur yaitu Daerah Pemilihan Samarinda 1 Ibu Sarlena dari Partai Gerindra dan Daerah Pemilihan Samarinda 4 Ibu Fitria Al Ydrus dari Partai Golkar.

Adapun strategi komunikasi politik Ibu Sarlena yaitu turun langsung kelapangan melihat dan meninjau kondisi masyarakat walaupun target pemilih yaitu hanya menitik beratkan pada pemilih perempuan. Sedangkan strategi komunikasi politik Ibu Fitria Al Ydrus yaitu memetakan wilayah secara statistik, menentukan target siapa dan bagaimana menarik simpatik mereka, merangkul masyarakat menjadi relawan melalui pendekatan sosialisasi atau turun langsung ke lapangan.

Strategi komunikasi politik yang baik harus meliputi adanya seorang komunikator politik yang berkiprah di dalam partai politik yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk mendukung partai politiknya, citra diri dari partai politik ternama yang dipercaya akan mendukung caleg dalam lingkungan politik, menciptakan kebersamaan antara komunikator politik yang mewakili partainya dengan masyarakat, bersedia membuka diri untuk kemajuan partai sebagai bagian dari berkomunikasi politik.

Dengan strategi tersebut, masyarakat dibentuk opini dan persepsinya sehingga tertarik dan mau memilih seorang kandidat dalam pemilu. Strategi komunikasi politik yang dilakukan cukup beragam, mulai dengan penggunaan promosi secara tidak langsung atau disebut *bellow the line* seperti banner, flyer, pamflet, brosur, katalog, serta pameran. Kemudian promosi secara langsung dengan menggunakan media iklan atau *above the line* seperti penggunaan televisi, radio, surat kabar, internet (sosial media).

Ibu Sarlena dari Partai Gerindra dan Ibu Fitria Al Ydrus dari Partai Golkar juga menggunakan tim sukses dalam strategi politiknya untuk mendekati diri pada masyarakat. Penggunaan tim sukses dipercaya karena didalamnya terdapat ahli humas dan periklanan. Hal tersebut dilakukan karena humas atau bagian periklanan dianggap mampu membuat suatu strategi komunikasi yang dapat

mengenalkan, menarik simpati, menjalin hubungan harmonis, dan meningkatkan citra seseorang.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda pada partai Golkar, Gerindra dan PKS, diketahui terdapat faktor pendukung calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 meliputi dukungan suami maupun keyakinan dan tekad diri sendiri untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat. Sedangkan faktor penghambat calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 meliputi belum dikenalnya caleg oleh masyarakat atau kurang pendekatan dan adanya politik uang.

1. Faktor Pendukung

a. Dukungan Suami

Dukungan suami salah satu faktor pendukung caleg perempuan dalam memenangkan pemilu 2014, yaitu suami yang telah menjabat anggota dewan dua periode sehingga lebih dikenal masyarakat. Dimana istri selalu menemani suami pada saat kegiatan partai.

Adapun menurut Asnawi (2009 : 54), dukungan suami sangat penting sebab hubungan perkawinan merupakan hubungan akrab yang diikuti oleh minat yang sama, kepentingan yang sama, saling membagi perasaan, saling mendukung, dan menyelesaikan permasalahan secara bersama.

Berdasarkan hal tersebut analisis dari penelitian ini adalah caleg perempuan yang memenangkan pemilu 2014 karena adanya dukungan suami yaitu Ibu Sarlena dari Partai Gerindra daerah pemilihan Samarinda 1 dimana suami merupakan anggota dewan dalam dua periode. Hal tersebut membuat mereka berdua saling mendukung dalam kegiatan kampanye, saling bertukar pikiran mengenai strategi untuk lebih dikenal masyarakat, membuka diri kepada masyarakat dan menjangkau masyarakat yang lebih luas, serta membantu dalam penyelesaian masalah yang terjadi dilapangan.

b. Keyakinan dan tekad diri sendiri

Modal utama untuk maju menjadi caleg perempuan tentu saja keyakinan dan tekad diri sendiri, tanpa ada hal tersebut tentu saja tidak akan memenangkan pemilu tahun 2014. Terdapat caleg perempuan yang hanya mengikuti pemilihan dikarenakan untuk memenuhi kuota perempuan 30 persen dan ditunjuk oleh partai dalam waktu yang singkat, hal tersebut berarti caleg perempuan tidak mengajukan diri sendiri untuk menjadi caleg dikarenakan kurangnya kepercayaan diri. Sehingga perencanaan maupun pelaksanaan kampanye tidak terarah. Caleg yang yakin dan percaya diri tentu saja akan memulai dengan perencanaan dalam strategi kampanye kemudian diikuti pelaksanaan kampanye sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan.

Percaya diri berawal dari tekad pada diri sendiri, untuk melakukan segalanya yang kita inginkan dan butuhkan dalam hidup. Percaya diri

terbina dari keyakinan diri sendiri, sehingga kita mampu menghadapi tantangan hidup apapun dengan berbuat sesuatu.

2. Faktor Penghambat

a. Kurang Pendekatan Kepada Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian diketahui belum dikenalnya caleg perempuan dikarenakan kurangnya pendekatan kepada masyarakat, yang membuat caleg perempuan tidak dipilih masyarakat. Sehingga hal ini merupakan faktor penghambat yang memicu caleg perempuan gagal menang pada pemilu 2014.

Menurut Rambe (2009:103) pendekatan kepada masyarakat untuk meningkatnya kapasitas masyarakat dan mencoba untuk menurunkan kerentanan individu, keluarga dan masyarakat luas serta adanya perubahan masyarakat dalam upaya menangani permasalahan yang terjadi di lingkungannya.

Pendekatan kepada masyarakat dapat dilakukan dengan cara-cara yang relatif sederhana dan mudah dilaksanakan, maka masyarakat di kalangan bawahpun dapat melakukan perubahan yang positif untuk menuju ke arah yang lebih baik.

Pendekatan kepada masyarakat pada pemilu dapat difokuskan pada pemenuhan kebutuhan utama masyarakat, serta benar-benar memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi masyarakat. Untuk itu, diperlukan pemrograman visi, misi dan tujuan untuk menyalurkan aspirasi masyarakat.

Pendekatan kepada masyarakat juga sebaiknya tidak hanya menfokuskan kebutuhan jangka pendek, namun lebih dari itu harus pula berorientasi untuk jangka panjang. Hal ini membuat para caleg akan lebih dikenal masyarakat.

Sehingga bagi calon legislatif perempuan yang tidak berhasil terpilih sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur maupun yang akan mencalonkan diri, sebaiknya untuk pemilu 2019 agar tidak terlalu mengandalkan iklan sosok mereka di media massa saja. Akan tetapi harus terjun langsung kelapangan melihat kondisi masyarakat dalam berkampanye, dengan tujuan agar dapat lebih menarik simpati para calon pemilih dan dapat menyalurkan aspirasi masyarakat.

b. Politik Uang

Memasuki masa kampanye Pilcaleg 2014, banyak terlihat para Caleg memberikan berupa benda sebagai cendra mata kepada para pemilih. Cendra mata yang di berikan itu mulai dari pemberian kitab yasin, sajadah, mukena, kerudung/jilbab. Bahkan ada yang memberikan tas, baju kaos, topi dan alat alat rumah tangga, serta banyak lain lainnya. Bahkan dalam pemberian cendra mata ini di selipkan juga berupa uang, antara Rp 50.000,- sampai Rp 100.000,-.

Memang jika di hitung perbuahnya harganya tidak lah seberapa paling berkisar antara Rp 25.000,- sampai dengan Rp 50.000,-/buah. Akan tetapi

jika di kalkulasikan untuk memperoleh suara satu kursi, paling tidak bisa mencapai ratusan juta rupiah.

Terjadinya politik uang yaitu caleg memberi uang kepada masyarakat agar dipilih, hal ini menjadi faktor penghambat caleg perempuan yang benar-benar menyampaikan visi dan misinya kepada masyarakat, akan tetapi kalah karena politik uang yang dilakukan caleg lainnya.

Praktek *Money Politic* atau yang lajim di kenal dengan Politik Uang, kerap terjadi di negeri ini pada setiap yang namanya Pemilihan, baik itu dikalangan Partai Politik/Organisasi Masyarakat/Kepemudaan, maupun pemilihan dalam lingkaran pemerintahan, mulai dari tingkat Kepala Lingkungan/Kepala Desa, sampai kepada Pemilihan Kepala Daerah dan Calon Anggota Legeslatif/ bahkan sampai kepada tahap pemilihan kepala Negara.

Walaupun Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) telah mengingatkan kepada para Calon Anggota Legeslatif (Caleg) untuk tidak melakukan *Money Politic* (Politik Uang) dalam pelaksanaan Pemilihan Anggota Legeslatif (Pilcaleg) 9 April 2014, karena menurut KPK bahwa Politik uang termasuk dalam tindakan gratifikasi yang erat hubungannya dengan unsur Korupsi, Kolusi dan Nefotisme (KKN).

Praktek politik uang yang di jalankan oleh para caleg amatlah sukar untuk membuktikannya, karena masyarakat yang menerima uang tidak akan berani untuk buka mulut, di sebabkan adanya Undang-Undang yang mengatur, pemberi dan penerima sama-sama melakukan korupsi dan diancam dengan hukuman penjara.

Akibat sulitnya untuk membuktikan praktek *Money Politic* ini, membuat para calon yang akan di pilih dengan leluasanya menjalankan praktek tersebut dengan tujuan untuk mendulang suara dalam pelaksanaan pemilihan. Bahkan caleg melalui tim suksesnya tidak segan-segan untuk melakukan tawar menawar kepada para pemilih, agar memilih calon yang di usungnya. Selain memberikan uang para tim sukses ini juga menjanjikan hal-hal yang muluk-muluk, kendatipun bahwa janji yang di umbar itu jarang untuk di tepati ketika caleg telah memenangkan pemilihan, apa lagi jika caleg kalah.

Sehingga sebaiknya masyarakat mempunyai hak dan tanggungjawab dalam upaya mencegah pemberantasan tindak pidana korupsi dengan berpegang teguh pada asas-asas aau ketentuan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dengan menaati norma agama dan norma sosial lainnya.

Sedangkan para caleg yang menggunakan praktek *Money Politic*, sebaiknya sadar bahwa *Money Politic* merupakan pembohongan terhadap hati nurani. Hanya karena uang mereka baru bisa untuk duduk menjadi wakil rakyat, artinya karena uang maka rakyat memilihnya, bukan di pilih karena mereka memang punya potensi.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan dalam memenangkan Pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda pada partai Golkar, Gerindra dan PKS yaitu :

a. Perencanaan

Strategi komunikasi yang dilakukan yaitu dengan melakukan perencanaan melalui pemetaan wilayah daerah pemilihan calon legislatif perempuan, menentukan atau mengetahui target pemilih yang akan diberikan informasi, sosialisasi dan kampanye serta menyusun teknik atau cara menarik simpati target pemilih.

b. Pelaksanaan

Strategi komunikasi yang dilakukan dalam pelaksanaan kampanye calon legislatif perempuan yaitu dengan melakukan sosialisasi secara langsung atau tatap muka pada keluarga, teman atau sahabat, terjun langsung kelapangan melihat kondisi masyarakat berdasarkan pekerjaan, agama maupun jenis kelamin, menjadikan masyarakat sebagai relawan dengan sistem kekerabatan, memberikan hadiah dalam bentuk souvenir, memperkenalkan diri melalui media koran, televisi lokal dan kampanye langsung ke masyarakat.

c. Evaluasi

Strategi komunikasi yang dilakukan pada tahap evaluasi pemilihan calon legislatif perempuan pada penelitian ini yaitu para calon legislatif yang berhasil terpilih sebagai anggota DPRD Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur yaitu Dapil Samarinda 1 Ibu Sarlena dari Partai Gerindra dan Dapil Samarinda 4 Ibu Fitria Al Ydrus dari Partai Golkar. Adapun strategi komunikasi politik Ibu Sarlena yaitu turun langsung kelapangan melihat dan meninjau kondisi masyarakat dan target pemilih yaitu hanya menitik beratkan pada pemilih perempuan. Sedangkan strategi komunikasi politik Ibu Fitria Al Ydrus yaitu memetakan wilayah secara statistik, menentukan target siapa dan bagaimana menarik simpatik mereka, merangkul masyarakat menjadi relawan melalui pendekatan sosialisasi atau turun langsung ke lapangan.

Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kota Samarinda pada partai Golkar, Gerindra dan PKS, diketahui terdapat faktor pendukung calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 meliputi dukungan suami maupun keyakinan dan tekat diri sendiri untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat. Sedangkan faktor penghambat calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu tahun 2014 meliputi belum dikenalnya caleg oleh masyarakat atau kurang pendekatan dan adanya politik uang.

Saran

1. Bagi calon legislatif perempuan yang tidak berhasil terpilih sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur maupun yang akan mencalonkan diri, sebaiknya untuk pemilu 2019 agar tidak terlalu mengandalkan iklan sosok mereka di media massa saja. Akan tetapi harus terjun langsung kelapangan dalam berkampanye, dengan tujuan agar dapat lebih menarik simpati para calon pemilih.
2. Sebaiknya para calon legislatif perempuan lebih meningkatkan kontribusi diri kepada masyarakat agar lebih dikenal masyarakat pada pemilu calon legislatif tahun 2019 dan tidak mengandalkan pada *money politic*, karena *money politic* merupakan pembohongan terhadap hati nurani. Dimana para calon legislatif yang melakukan *money politic* tersebut, hanya karena uang rakyat memilihnya, bukan dipilih karena mereka memang punya potensi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku :

- Alwisol. 2005. *Psikologi Kepribadian*. UMM Press. Malang.
- Arifin, A. 2011. *Komunikasi Politik, Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta.
- Asnawi, Natsir. 2009. *Dukungan Sosial dan Perilaku Orang Lain : Suatu Tinjauan Psikologi*. <http://natsirasnawi.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 16 Agustus 2014.
- Cutlip, Scoot dkk. 2006. *Effective Public Relations*. Edisi Kesembilan. Kencana Media Group. Jakarta.
- Kerzner, Harold, 2001. *Project Management*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kurniasari, Netty Dyah. 2010. *Gambaran Politisi Perempuan Dalam Arena Politik Indonesia Di Media Massa*. http://alumni.unair.ac.id/kumpulanfile/4888849301_abs.pdf. Diakses pada tanggal 3 Februari 2014.
- Lauster, Peter. 2007. *Tes Kepribadian*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit Remaja Pustaka Karya. Bandung.

- Milles, Matthew B dan Michael Huberman, 2009. *Analisis Data Kualitatif. Terjemahan Tjetjep Rohendi*. Penerbit Universitas Indonesia Perss. Jakarta.
- Nurrahmi, NZ. 2009. *Perempuan dan Politik : Suatu Studi Rekrutmen Politik Calon Legislatif Perempuan Dalam Partai Keadilan Sejahtera Pada Pemilu 2004 (Studi Kasus DPD Partai Keadilan Sejahtera Kota Medan)*. Jurnal Komunikasi Politik. USU. Medan.
- Rahmat. 2010. *Psikologi Komunikasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rambe, Roni Eko Wisuda. 2009. *Studi Korelasional Tentang Politik Figure Terhadap Tindakan Memilih Partai Politik Pada Pemilu Legislatif 2009 Di Kalangan Mahasiswa Fisip USU*. Jurnal Komunikasi Politik. USU. Medan.
- Sastroadmodjo, Sudijono. 2005. *Perilaku Politik*. IKIP Semarang Press. Semarang.
- Subiakto, Henry. 2012. *Komunikasi Politik, Media & Demokrasi*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Sudarmansyah, dkk. 2013. *Peran Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dari Fraksi PDI Perjuangan Dalam Menyalurkan Aspirasi Konstituen di Kabupaten Kubu Raya*. Jurnal Tesis PMIS-UNTAN-PSIP.
- Surbakti, Ramlan. 2011. *Memahami Ilmu Politik*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Umar, Husein. 2005. *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Dokumen-dokumen:

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.