

Strategi komunikasi partai politik peserta Pemilu 2004: evaluasi strategi komunikasi politik partai PKB kab. Bekasi tentang isu keterwakilan perempuan pada lembaga legislatif

Idham Holik, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=96925&lokasi=lokal>

Abstrak

Momentum Pemilu 2004 kali ini merupakan kesempatan yang bagus untuk menguji komitmen partai politik terhadap perempuan, terutama pada partai-partai islam yang sangat rawan menggunakan jargon-jargon keagamaan. Affirmative action yang tertera dalam kuota 30% untuk keterwakilan perempuan merupakan era baru bagi perempuan dalam politik dengan dimensi yang lebih luas. Tindakan ini menghadapi jalan terjal yang siap-siap menggagalkan terealisasinya konsep tersebut. Jalan tersebut adalah budaya patriarki, yang saat ini sangat kental dianut oleh masyarakat Kabupaten Bekasi. Budaya tersebut memposisikan laki-laki lebih mendominasi daripada perempuan.

Caleg perempuan harus berkompetisi di daerah pemilihan yang padat dengan kouta tinggi, kira-kira di atas 23000-an. Ini menggambarkan bahwa tidak mudah bagi mereka semua untuk memperoleh kursi DPRD Kab. Bekasi melalui perhitungan proporsional terbuka (pemilih yang memilih nama mereka secara langsung). Dibutuhkan kerja politik yang sangat keras untuk membuat mereka bisa mencapai target angka BPP (Bilangan Pembagi Pemilihan), apalagi kouta suara seperti itu.

Tesis ini menelaah bagaimana PKB sebagai salah satu kekuatan politik yang sangat gencar menyuarakan kesetaraan gender dalam politik mencoba menggunakan strategi komunikasi politik untuk memenangkan Pemilu 2004. Analisa yang digunakan akan mengkaji bukan hanya strategi komunikasi politik pada Pemilu 2004 saja, tetapi juga bagaimana PKB Kab. Bekasi dalam Pemilu 2009 mendatangi memformulasikan dan mengimplementasikan strategi komunikasi politiknya yang lebih persuasif lagi. Pokok masalah yang dikemukakan adalah apakah PKB Kab. Bekasi mampu memformulasikan dan mengimplementasikan strategi komunikasi politik yang persuasif tentang isu keterwakilan perempuan. Sebagai partai Islam, apakah PKB Kab. Bekasi dengan strategi komunikasi politik tersebut dapat memenangkan Pemilu 2004. Tujuannya tidak lain ingin mengungkap dan menganalisis hasil penggunaan strategi komunikasi politik tersebut untuk selanjutnya memproyeksikan ke Pemilu 2009 nanti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan evaluatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Sementara untuk kerangka pemikirannya, penulis banyak mengutip teori komunikasi politik dan Dan Nimmo, Doris Graber, William J. McGuire, dan lain-lain. Dalam penelitian ini telah ditemukan yaitu: (1) pemilih di Kabupaten Bekasi sebagian besar masih sangat kental menganut budaya patriarki, akibatnya mereka kurang memahami konsep kesetaraan gender dalam politik; (2) perumusan strategi komunikasi politik sangat tergantung pada sistem pemilu itu sendiri; (3) dasar penetapan caleg perempuan PKB yaitu pertama, professional appointee dan kedua political appointee; (4) semua caleg perempuan PKB berasal dari komunitas NU dan didominasi dari kalangan guru/ustadzah; (5) hasil identifikasi pemilih yang dilakukan oleh caleg perempuan yaitu komunitas NU, komunitas non-NU seperti karyawan, pedagang, buruh, dll, pemilih pemula, dan segementasi gender, (6) kampanye caleg perempuan dilaksanakan sesuai dengan

jadwal yang dikeluarkan oleh KPU Kab. Bekasi, bahkan sebenarnya sebelum masa kampanye tiba caleg perempuan telah melakukan hidden campaign melalui sarana silaturahmi dan kunjungan. Selama kampanye, caleg perempuan menghadapi kendala yang sangat mempengaruhi yaitu minimnya pendanaan yang dimilikinya, selain itu juga mereka melakukan kerja sama dengan badan otonom NU seperti Fatayat NU, IPNU, dll, sangat disayangkan kerja sama itu sangat eksklusif, hanya dilingkungan NU saja; (7) pendekatan kampanye yaitu pendekatan historis, pendekatan kultural; dan pendekatan rasional; (8) media kampanye hanya menggunakan media cetakan saja seperti stiker, foster, dif.; (9) badan otonom Pergerakan Perempuan PKB tidak berjalan dalam mensosialisasikan kesetaraan gender dalam politik, padahal sebenarnya badan tersebut sangat potensial; dan (10) untuk Pemilu 2009 nanti mereka akan menggunakan pendekatan marketing politik (political marketing). Sedangkan untuk rekomendasi akademik dari hasil penelitian ini adalah (1) untuk Pemilu 2009 yang kemungkinan dengan sistem distrik, maka yang mesh ditonjolkan dalam kampanye politik adalah program dan ketokohan kandidat (caleg); (2) merancang dan melaksanakan program pendidikan politik pada rakyat Kab. Bekasi, khususnya perempuan tentang kesetaraan gender dalam politik secara simultan, serta hal ini juga nanti dapat digunakan untuk melakukan identifikasi pemilih; (3) peningkatan penggunaan media, yang awalnya hanya menggunakan media cetakan saja, maka pada Pemilu 2009 nanti sudah semestinya PKB Kab. Bekasi atau caleg perempuannya dapat menggunakan media massa baik media elektronik ataupun cetak, serta harus diiringi dengan kemampuan manajemen fund raising yang lebih baik; dan (4) dalam rangka melengkapi penggunaan pendekatan marketing politik, sebaiknya PKB Kab. Bekasi dapat merekrut tim riset yang handal.