

Perempuan dan Politik (Strategi Komunikasi Politik untuk Pemenangan Bupati Indah Putri Pada Pilkada Luwu Utara 2015)

¹Jumriani, ²Iqbal Sultan, ³Jeany Maria

¹ IAIN Palopo, el_zwity@yahoo.co.id

² Universitas Hasanuddin Makassar, miqsul@yahoo.com

³ Universitas Hasanuddin Makassar, jeannypalinggi@ymail.com

ABSTRACT

Increasing the percentage of women in the election victory. The aim of this study were to identify and analyze: (1)the political communication campaign strategy of PINTAR team in winning the election in North Luwu, (2)how Indah Putri employed effective political communication strategies to win the election in North Luwu (3)to find out why people of North Luwu entrust the leadership in the hands of women more. The research methodology was descriptive qualitative using primary and secondary data. Primary data were obtained through interviews with winning team, PINTAR, regents elected and community leaders. Secondary data were obtained from literature and documentation. Data analysis technique was Miles and Huberman interactive model.the results of the research indicated that: (1) the strategy or the team to make the pair Indah Putri-Thahar win the election was done with 5 key strategies: team building, management training, candidates imaging, the preparation of the success, and use use of media.(2) there were 3 main strategies used by Indah Putri to win election: mapping (region, figures and issues), social investment into the community, methods of message preparation and personal branding,(3) the strategy of North Luwu Attractive to people to choose Indah Putri were social investment accomplishments and message composition.

Keywords: Strategy, Political Communication, and Women

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa: (1) Strategi komunikasi politik tim pemenangan PINTAR dalam memenangkan pilkada di Luwu Utara (2) Pemberdayaan kemampuan oleh Indah Putri sebagai kandidat untuk mencapai efektifitas strategi komunikasi politik yang digunakan dalam memenangkan pilkada Luwu Utara (3) Alasan masyarakat Luwu Utara lebih mempercayakan kepemimpinan berada di tangan perempuan. Pendekatan metodologi dalam penelitian ini termasuk kategori kualitatif yang bersifat diskriptif. Pengambilan data menggunakan data primer dan sekunder. Pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara dengan narasumber terkait yakni tim Pemenangan PINTAR, Bupati Terpilih dan tokoh masyarakat. Sedangkan data sekunder diambil dari kajian kepustakaan maupun dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif Miles dan Huberman didasarkan pada tiga proses yang berlangsung secara interaktif dimulai dari pengambilan dan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Setelah dilakukan penelitian hasilnya menunjukkan bahwa kemenangan Indah Putri didukung dengan kerja tim dalam melaksanakan strategi dan strategi Indah sendiri sebagai kandidat. (1) Terdapat 5 strategi utama tim PINTAR untuk memenangkan Indah Putri-Thahar Rum yakni strategi pembentukan tim, pelatihan manajemen tim, strategi pencitraan kandidat, penyusunan program pemenangan dan penggunaan media. (2) Ada 4 strategi utama yang dilakukan Indah Putri sebagai kandidat untuk memenangkan pilkada yakni pemetaan (wilayah, tokoh dan isu), investasi sosial ke masyarakat, metode penyusunan pesan dan *personal branding*. Strategi yang digunakan tim

maupun Indah Putri sendiri tidak lepas dari peran hasil survei yang telah dilakukan sebelumnya. (3) Strategi yang menarik minat masyarakat Luwu Utara untuk memilih Indah Putri adalah investasi sosial yang dilakukannya dan penyusunan pesan.

Kata kunci: Strategi, Komunikasi Politik, dan Perempuan

Pendahuluan

Partisipasi politik perempuan di Indonesia telah ada sejak zaman kerajaan, dimana telah banyak nama perempuan yang tercatat sebagai pemimpin di masa kerajaannya. Namun, partisipasi tersebut cenderung lebih kecil pasca proklamasi. Kiprah perempuan dalam kancah politik kembali meningkat pasca reformasi yang kemudian memunculkan deretan nama perempuan yang menjadi pemimpin, baik dalam skala regional sampai nasional. Kemenangan perempuan dalam pertarungan politik bisa menjadi gambaran bahwa perempuan berkompeten dalam bidang politik, khususnya kepemimpinan.

Beberapa penelitian sebelumnya mengangkat tema mengenai keberhasilan perempuan dalam memenangkan pesta politik. Misalnya penelitian tentang strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan pada pemilu 2009, sebuah studi kasus pada calon legislatif perempuan propinsi Bengkulu (Putra 2009). Demikian pula penelitian yang terkait strategi komunikasi politik dalam pilkada, studi kasus strategi kemenangan pasangan ratu atut dan rano karno dalam memenangkan pilkada banten 2011 (Rosit, 2012).

Dalam pilkada serentak 2015 yang dilaksanakan pada 9 Desember lalu, terhitung 116 perempuan yang ikut berlaga. 54 mencalonkan diri sebagai kepala daerah dan 62 tercatat sebagai wakil kepala daerah. Para kandidat perempuan tersebut tersebar di 90 daerah dari 262 daerah, kabupaten, kota, dan provinsi. Pada pilkada kabupaten terdapat 76 orang dari 219 wilayah. Untuk pilkada kota 13 orang dari 34 wilayah dan provinsi hanya 1 orang dari 9 wilayah. Dari jumlah tersebut, 35 diantaranya berhasil menjadi pemenang, baik sebagai wakil maupun kepala daerah (Mulki, 2015). Salah satu srikandi yang berhasil dalam pilkada serentak tersebut adalah Indah Putri Indriani. Dari tiga calon bupati perempuan yang bertarung dalam pilkada serentak Sulawesi Selatan, Tenri Olle Yasin Limpo dari kabupaten Gowa dan Jumrana Salikki dari kabupaten Bulukumba serta Indah Putri sendiri, hanya Indah yang berhasil menjadi pemenang.

Keterpilihan Indah Putri sebagai Bupati Luwu Utara menjadi catatan sejarah baru bagi Sulawesi Selatan, ia menjadi perempuan pertama yang menduduki jabatan sebagai bupati. Strategi komunikasi politik yang digunakan Indah Putri dan timnya menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Sebagai kandidat yang melawan petahana, Indah Putri dan tim PINTAR tentunya telah menyiapkan strategi jitu untuk memenangkan pilkada Luwu Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik untuk kemenangan bupati Indah Putri pada pilkada Luwu Utara 2015.

Metode

Jenis penelitian digunakan guna menginterpretasikan (menggunakan banyak penafsiran) yang melibatkan banyak metode dalam menelaah masalah penelitiannya. Penggunaan metode dilakukan dengan metode *triangulasi* yang dimaksudkan agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif (holistic) mengenai fenomena yang diteliti. Penulis berusaha mendeskripsikan/mengkonstruksi hasil wawancara mendalam terhadap objek penelitian. Di sini penulis bertindak sebagai instrumen penelitian. Dengan demikian data selanjutnya akan dianalisis melalui analisis data kualitatif untuk mendapatkan kesimpulan sebagai jawaban atas pertanyaan penelitian.

Penelitian akan dilakukan di kabupaten Luwu Utara. Daerah dimana Indah Putri dan pasangannya Thahar Rum memenangkan pilkada serentak yang dilaksanakan pada 9 Desember 2015 lalu. Peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer yang dimaksud disini adalah data yang diperoleh melalui studi lapangan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, yang didasarkan pada panduan wawancara yang sebelumnya telah disusun penulis sebagai acuan wawancara. Narasumber dalam wawancara yang dilakukan adalah Indah Putri sebagai bupati perempuan terpilih, tim sukses dan 5 tokoh masyarakat. Adapun data sekunder diperoleh dari hasil bacaan kepustakaan seperti buku, artikel ataupun jurnal yang berkaitan dengan keterlibatan perempuan dalam politik khususnya kandidasi perempuan dalam pemilu.

Dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan proses wawancara mendalam yang dilakukan dengan informan berkompeten yang memberikan gambaran dan ulasan secara mendalam mengenai strategi komunikasi politik yang digunakan Indah Putri dalam memenangkan pemilihan kepala daerah di Luwu Utara tahun 2015. Teknik selanjutnya adalah studi pustaka yang dilakukan dengan menelaah buku-buku, literature-literatur, catatan-catatan yang berkaitan dengan strategi komunikasi politik, khususnya yang dilakukan politisi perempuan. Teknik pengumpulan data yang terakhir adalah dokumentasi, yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi berupa berita terkait pilkada Luwu Utara, foto kegiatan kampanye dan penggunaan media sosial *Facebook*.

Strategi Komunikasi Politik Tim PINTAR dalam Memenangkan Pilkada Luwu Utara

Strategi pertama yang dilakukan tim PINTAR adalah pembentukan tim pemenangan. Strategi yang digunakan tim pemenangan PINTAR dimulai dengan melakukan strategi mobilisasi yang meliputi pembangunan jaringan dan organ politik dengan langkah pembentukan desain struktur tim sukses, pembentukan tim sukses tingkat kabupaten, kecamatan dan desa serta melakukan perluasan jaringan sosial.

Desain struktur tim sukses yang dibentuk melibatkan orang-orang yang dianggap potensial dalam menjalankan strategi kampanye. Tim menyeleksi pihak-pihak yang pada pesta-pesta politik sebelumnya memiliki kinerja yang baik untuk ikut bergabung dalam tim. Dalam penentuan tim sukses, tim pemenangan PINTAR menganggap bahwa tim yang “gemuk” bukan langkah yang tepat. Mereka lebih memandang tim yang “minimalis” lebih efektif, adapun tim sukses di lapangan disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan.

Selanjutnya, strategi kedua yang digunakan tim Pemenangan PINTAR adalah pelatihan manajemen tim sukses. Pada tahap ini, tim akan diberikan pemahaman tentang pemilih yang akan dihadapi, hal ini disesuaikan dengan letak wilayah dan kondisi demografi pemilih. Ketiga, penyusunan program pemenangan. Setelah memahami target yang ingin dicapai, tim pemenangan PINTAR kemudian menyusun program yang dikemas dalam bentuk kegiatan-kegiatan berbau politik. Program pemenangan merupakan hal penting yang selanjutnya menjadi prioritas tim pemenangan PINTAR. Untuk bisa meraih suara terbanyak dalam pilkada Luwu Utara, program yang baik pastinya berpengaruh baik pula dengan hasil yang didapatkan. Sinergitas antara program yang telah disusun oleh konsultan politik dan tim kemudian direalisasikan dalam bentuk kegiatan-kegiatan. Kegiatan yang telah dibuat oleh tim pemenangan tadi tentu saja telah disesuaikan dengan *mapping* dan survei yang telah dilakukan sebelumnya.

Strategi yang keempat adalah strategi pencitraan. Strategi pencitraan dalam hal ini meliputi kegiatan berupa pembentukan media center yang berfungsi untuk mengorganisasi program serta membuat target dan evaluasi program pencitraan kandidat. Media centre inilah yang kemudian menjadikan media sebagai sarana untuk mencitrakan kandidat. Penggunaan media Koran, radio, televisi dan internet merupakan bagian dari sarana yang digunakan dalam mencitrakan kandidat. Selain itu, dalam mencitrakan kandidat sebagai pribadi yang memiliki kredibilitas, tim melakukan komunikasi secara persuasif kepada tokoh-tokoh masyarakat, tokoh pemuda untuk menyampaikan secara kekeluargaan kepada khalayak pemilih.

Penggunaan media dalam mengkapanyekan kandiadat merupakan strategi kelima bagi tim PINTAR dengan menggunakan Media Cetak dan elektronik. Media menjadi salah satu unsur yang sangat penting agar pesan yang disampaikan kepada komunikator bisa sampai

kepada khalayak. Dalam hal ini, media yang dipilih tim PINTAR untuk mengkampanyekan kandidat mereka, Indah Putri-Thahar Rum, cukup bervariasi. Bisa dikatakan semua media digunakan baik itu media cetak, elektronik, *outdoor* dan *indoor*. Dalam mengkampanyekan kandidat, tim Pintar lebih memaksimalkan penggunaan media sosial seperti Facebook, Twitter maupun *BlackBerry Messenger* (BBM). Selain itu digunakan media cetak seperti Tribun Timur dan Fajar. Tim juga sering menggunakan media tatap muka, melalui kegiatan tatap muka kedua pihak akan langsung melakukan proses komunikasi tanpa harus menunggu respon satu sama lain dalam waktu yang lama.

Pemberdayaan Kemampuan Indah Putri Sebagai Kandidat Untuk Mencapai Efektifitas Strategi Komunikasi Politik Yang Digunakannya

Sebagai kandidat, langkah pertama yang dilakukan Indah Putri adalah pemetaan. Pemetaan atau Metode *canalizing* adalah langkah yang dilakukan agar khalayak pada permulaan dapat menerima pesan yang kita lontarkan kepadanya, kemudian secara perlahan-lahan dapat mengubah pemikiran dan sikapnya mereka ke arah yang kita kehendaki. Maksudnya komunikator politik menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada khalayak. Metode *Canalizing* ini dilakukakan mengingat hal-hal yang mengikat individu dalam penerimaan suatu rangsangan adalah kerangka referensi (*frame of reference*). Dan lapangan pengalaman (*field of experience*).

Strategi kedua yang digunakan Indah Putri adalah personal branding. Seperti pelaksanaan kegiatan kampanye pada umumnya, Indah Putri pun melakukan strategi pemasaran politik (*political marketing*). Dalam hal ini untuk kegiatan *promotion*, ia kerap melakukan *personal branding* untuk menciptakan kesan positif kepada khalayak terhadap dirinya.

Ketiga, strategi yang digunakan Indah Putri adalah Penyusunan pesan. Dalam penyusunan pesan yang dilakukannya khususnya pada masa kampanye sangat bervariasi, disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan khalayak setempat. Namun tetap saja isu terkait masalah yang umum tetap dilakukan di seluruh wilayah. Adapun teknik penyusunan pesan yang paling dominan dan sering dilakukan Indah Putri adalah membalik isu yang dilemparkan kompetitor kepada khalayak. Jadi, materi kampanye lawan dijadikan sebagai isu namun penyampaian pesannya adalah kebalikan dari isu sang kompetitor.

Hal yang tidak kalah pentingnya bahkan secara pribadi diakuinya sebagai strategi yang paling mendukung kemenangannya adalah, investasi social. Investasi sosial yang telah ia lakukan selama menjadi menjabat sebagai wakil bupati bahkan jauh sebelumnya adalah

pengaruh terbesar dalam kemenangannya. Investasi sosial yang dimaksud berupa hubungan-hubungan emosional yang dibangun selama ini dengan masyarakat secara langsung, baik dalam kapasitas pribadi, kapasitas sebagai wakil, atau sebagai ketua organisasi yang aktif di berbagai organisasi sosial di masyarakat. Dengan investasi sosial yang dilakukannya selama ini, terbangunlah jaringan sosial secara alami, natural dan tidak terkesan dibuat-buat.

Alasan Masyarakat Luwu Utara Lebih Mempercayakan Kepemimpinan Berada di Tangan Indah Putri

Hal yang paling menonjol dari sosok Indah Putri adalah kedekatannya secara sosial dengan masyarakat. Kunjungan ke daerah dan berinteraksi langsung dengan masyarakat adalah hal yang sering dilakukannya. Hal tersebutlah yang menciptakan rasa dipahami oleh masyarakat Luwu Utara yang membuat mereka yakin akan kepedulian sosok Indah Putri terhadap kehidupan masyarakatnya. Rekor yang dicapai Indah Putri sebagai bupati perempuan pertama di Sulawesi Selatan ini menjadi kebanggaan tersendiri bagi masyarakat Luwu Utara, khususnya pendukungnya. Bagi mereka, keperempuanan Indah Putri bukan masalah dalam memimpin, yang terpenting adalah kemampuannya memimpin. Bagi mereka, Indah Putri sebagai seorang perempuan bukanlah halangan untuk bisa memimpin sebuah kabupaten. Menurut mereka, perempuan ataupun laki-laki seorang pemimpin jika mereka memang memiliki kinerja yang baik, mereka layak menjadi pemimpin.

Pesan yang berusaha disampaikan pihak Indah Putri adalah pesan yang berisi tentang kemampuan perempuan untuk bisa memimpin dan bukan hanya Indah sebagai perempuan yang memiliki kesempatan itu. Selain pesan yang mampu menggugah emosi, pesan yang dominan disampaikan adalah pesan yang berisi janji-janji. Janji-janji yang disampaikan berupa janji akan memperbaiki kinerja dan menjadi lebih baik dari periode sebelumnya. Jenis pesan yang juga sering disampaikan Indah adalah pesan yang berisi motivasi-motivasi.

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam memenangkan pilkada Luwu Utara 2015, Indah Putri sangat didukung oleh kinerja tim dalam menyusun strategi kemenangan. Selain itu, kemampuan yang dimiliki Indah Putri pun menjadi salah satu faktor kemenangannya (McNair, 2003). Strategi yang digunakan baik oleh tim maupun Indah Putri sendiri sebagai kandidat inilah yang menguatkan keyakinan masyarakat Luwu Utara untuk memilihnya (Cangara, 2007).

Tim kemenangan merupakan unsur penting dalam sebuah kampanye. Tim PINTAR dibentuk untuk menjadi perpanjangan tangan dari kandidat Indah Putri Thahar Rum. Anggota yang dipilih secara selektif dan dianggap berkompeten telah memberikan sumbangsih yang

besar untuk kemenangan pasangan PINTAR. Dibekali dengan pengetahuan mengenai khalayak, tim PINTAR bisa menyesuaikan program pemenangan yang tepat (Cangara, 2014). Sehingga program tersebut bisa memberikan informasi tentang citra positif kandidat yang mereka usung (McQuail, 1989). Kerja tim PINTAR tidak lepas pula dari peran media dalam memberitakan pasangan PINTAR khususnya Indah Putri kepada masyarakat Luwu Utara (Subiakto dkk., 2014).

Akademisi dan politisi merupakan dua modal besar yang dimiliki Indah Putri sebagai kandidat bupati. Kedua modal tersebut menjadi penunjang dalam menentukan strategi yang digunakan dalam pilkada Luwu Utara (Arifin, 2003). Langkah pertama yang ia lakukan sebagai kandidat adalah memetakan wilayah, isu maupun tokoh masyarakat. Sebagai kandidat perempuan, Indah Putri berusaha membranding dirinya sebagai sosok perempuan yang memiliki kompetensi yang memadai untuk memimpin Luwu Utara (Cangara, 2014).

Dengan modal tersebut, lebih mudah bagi Indah Putri dalam menentukan jenis dan cara penyampaian pesan (Kaid, 2004). Dari segi akademik, Indah Putri memahami secara teoritis jenis pesan seperti apa yang akan disampaikan. Selanjutnya, ia pun lebih mudah menyusun isi pesan yang bersifat persuasif. Selain teknik penyusunan pesan, investasi sosial menjadi hal paling berpengaruh dalam keterpilihannya. Investasi yang terbentuk secara alami ketika ia menjalankan tugasnya sebagai wakil bupati dan semakin digalakkan selama masa kampanye (Nimmo, 2004).

Strategi yang dilakukan baik tim PINTAR maupun Indah Putri tentu memberikan pengaruh besar terhadap pilihan masyarakat. Dari beberapa strategi utama yang dilakukan, teknik penyusunan pesan dan investasi sosial adalah yang paling menarik minat masyarakat. Pesan yang cenderung berisi motivasi bukan janji dan kedekatan antara Indah dan masyarakat yang terjalin melalui kegiatan-kegiatan sosial (Budiarjo, 2002).

Kesimpulan dan Saran

Peneliti menyimpulkan bahwa, dalam memenangkan pilkada Luwu Utara 2015, terdapat 5 strategi utama yang dilakukan oleh tim PINTAR. Strategi tersebut meliputi pemebentukan tim, pelatihan manajemen, penyusunan program pemenangan, strategi pencitraan dan pemilihan media. Sementara itu, sebagai kandidat, strategi yang digunakan indah putrid berupa mapping/pemetaan, investasi social dan strategi penyusunan pesan. Adapun kepercayaan masyarakat Luwu Utara terhadap kemampuan Indah Putri didukung dengan investasi social yang banyak ditanamkan Indah Putri serta pesan yang disampiakannya dalam kampanye ataupun kunjungan kedinasannya. Peneliti menyarankan

khusus kepada politisi agar dalam mencapai efektifitas dan efisiensi sebuah kampanye, sangat penting untuk berpedoman pada hasil survey yang telah dilakukan sebelumnya agar strategi yang akan dibuat akan lebih terarah. Khusus bagi tim yang berdomisili di daerah hendaknya lebih cermat memilih media yang akan digunakan dalam berkampanye agar bisa mencakup semua lapisan masyarakat yang dituju. Politisi ataupun kandidat yang akan mencalonkan diri sebagai seorang pemimpin atau jabatan politis lainnya hendaknya melakukan investasi sosial. Tidak hanya muncul di tengah masyarakat pada masa kampanye sehingga, masyarakat lebih meyakini bahwa mereka bukan hanya kandidat penebar janji politik

Daftar Pustaka

- Arifin. (2003). *Komunikasi Politik (Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi & Komunikasi Politik Indonesia)*. Jakarta: PT Balai Pustaka
- Budiarjo. (2002). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PR Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cangara H. (2014). *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Kaid. (2004). *Handbook Of Political Communication Research*. New Jersey: Lawrence Elbaum Associates. Publisher.
- McQuail. (1989). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- McNair. (2003). *An Introduction to Political Communication*. New York –London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Mulki. (2015). Kandidat Perempuan Dalam Pilkada Serentak. Diakses pada 18 Januari 2016. Available from: <http://m.antarababel.com/berita/27544/>.
- Nimmo. (2004). *Political Communication and Publik Opinion in America*. Alih Bahasa. Tjun Surjaman “*Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan dan Media*.” Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Putra. (2009). Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Perempuan pada Pemilu 2009 (Studi Kasus Pada Calon Legislatif Perempuan Propinsi Bengkulu).
- Rosit. (2012). Strategi Komunikasi Politik Dalam Pilkada (Studi Kasus Strategi Pemenangan Pasangan Ratu Atut dan Rano Karno dalam Memenangkan Pilkada Banten 2011).
- Subianto dkk. (2014). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.