BAB II

KERANGKA KONSEPTUAL DAN TEORI

A. Tinjauan Teoritis

1. Strategi Politik

Menurut Peter Schorder strategi politik merupakan strategi atau teknik yang digunakan untuk mewujudkan suatu cita-cita politik. Strategi politik sangat penting untuk sebuah partai politik, tanpa adanya strategi politik, perubahan jangka panjang sama sekali tidak akan dapat diwujudkan. Untuk mencapai cita-cita politik yang dimaksud, Peter Schorder[6] membagi strategi ke dalam dua bagian; strategi ofensif (menyerang) dan juga strategi defensif (bertahan).

Strategi ofensif (menyerang) yaitu apabila sebuah partai politik ingin meningkatkan jumlah pemilihnya atau ingin meningkatkan perolehan suaranya. Untuk menjalankan strategi ini, dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki pandangan positif terhadap partai sehingga kampanye dapat berhasil. Model strategi ini lebih ditujukan pada adanya perbedaan-perbedaan yang jelas dan menarik antara partainya dan juga partai politik yang lain, yang tujuannya untuk mengambil alih pemilihnya.

Sementara strategi defensif (bertahan) yaitu apabila partai politik yang berkuasa atau koalisi pemerintahan ingin mempertahankan mayoritasnya atau jika pangsa pasar (politik) hendak dipertahankan. Strategi ini juga dapat

[6] Peter Schorder, *Strategi Politik*, (Jakarta: Nomos baden-baden, 2000), 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

muncul apabila sebuah pasar tidak akan dipertahankan lebih lanjut atau akan ditutup. Penutupan pasar ini diharapkan membawa keuntungan yang sebesar-besarnya.

2. Teori Manajemen Marketing Politik

Strategi pemasaran berperan penting dalam kesuksesan suatu pemilu. Dalam konteks manajemen, strategi dikenal dengan istilah *manajement-strategic*. Selain itu, telah diadopsi pula prinsip-prinsip manajemen pemasaran yang dalam implementasinya digunakan oleh organisasi partai politik, terutama dalam kerangka berpikir strategi pemasaran. Akibatnya, istilah-istilah pemasaran pun telah lekat dalam konteks strategi dalam dunia politik. Beberapa pendekatan yang menggunakan kerangka berpikir strategi pemasaran yang juga telah dipakai dalam strategi politik, antara lain:[7]

a. Segmentasi

Segmentasi adalah pemilihan kelompok orang yang dengan suatu cara yang sama memberikan tanggapan terhadap seperangkat rangsangan pemasaran tertentu. Jelasnya, segmen adalah suatu kelompok yang mempunyai tanggapan yang sama. Partai politik pun sudah banyak yang tidak lagi menganut pemasaran secara massal, tetapi menggunakan segmentasi pasar agar mendapatkan hasil yang lebih baik.

Segmentasi sendiri dapat dibagi ke dalam empat kategori:

[7] Badjoeri Widagdo, *Manajemen Pemasaran Partai Politik Menangkan Pemilu*, Jakarta: PT. Gunung Agung, 2004), 66.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Segmentasi geografik, yaitu, pembagian pasar menjadi unit-unit geografis, seperti suku, ras, propinsi, kabupaten, kecamatan, kelurahan desa dan dusun.
2. Segmentasi demografik, yaitu, suatu pemilahan pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel demografi, misalnya jenis kelamin, umur, agama, suku, profesi, pendidikan dan sebagainya.
3. Segmentasi psikografis, yaitu, konstituen dibagi menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, sifat maupun kepribadian.
4. Segmentasi perilaku, yaitu, konstituen dibagi menjadi kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, tanggapan, manfaat, status, kesetiaan, kesiapan, perhatian terhadap kemanusiawian dan sebagainya.

Segmentasi pada dasarnya bertujuan untuk mengenal lebih jauh kelompok-kelompok pasar (pemilih) yang berguna untuk mencari peluang, menggerogoti segmen pemimpin pasar, merumuskan pesan-pesan komunikasi, melayani dengan baik, mendesain produk dan sebagainya.[8] Untuk menetapkan segmen-segmen yang menjadi sasaran terdapat tiga pilihan strategi yang sering digunakan untuk menggarap

[8] Adman Nursal, *Political Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), 110.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

segmen-segmen pasar yang telah dilakukan. Ketiga strategi itu antara lain:[9]

1. Strategi pemasaran serba-sama, yaitu strategi yang diterapkan dengan mengabaikan perbedaan-perbedaan setiap segmen. Strategi ini bertujuan untuk meraih pemilih sebanyak mungkin. Dengan cara merancang suatu program pemasaran guna membidik sebagian besar pemilih.
2. Strategi pemasaran serba-aneka, yaitu merancang beberapa program pemasaran untuk segmen-segmen yang berbeda. Dengan cara ini diharapkan suatu partai peserta pemilu memiliki posisi yang kuat di setiap segmen. Strategi ini efektif jika program-program itu diikat benang-merah yang membentuk persepsi bahwa secara umum partai menawarkan program besar yang sama dan konsisten pada setiap segmen meskipun dengan penyesuaian-penyesuaian tertentu.
3. Strategi pemasaran terpusat, yaitu strategi yang digunakan untuk membidik satu pasar atau beberapa segmen pasar, prinsipnya, lebih baik merangkul bagian pasar yang luas dari satu atau sejumlah segmen dari pada memperoleh pasar yang sedikit dari segmen pasar yang luas.

[9] *Ibid*., 159.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Strategi mana yang dipilih tergantung pada posisi partai, antara lain berkaitan dengan sumber daya partai, tahap siklus hidup partai, para pesaing dan lain sebagainya.

b. Targetting

Targetting adalah pemilihan (fokus) pada suatu segmen tertentu yang ingin dicapai. Dengan kata *lain targetting* adalah keputusan untuk membidik suatu kelompok konstituen tertentu yang diperkirakan sangat mudah diraih.[10] Sebelum menentukan target, yang perlu dilakukan sebelumnya adalah dengan memahami terlebih dahulu wilayah pemilihan.

Perlu juga dianalisis sebaran pemilih secara geografis dan bagaimana cara mendekati para pemilih secara efektif dan juga efisien.

Dalam konteks di atas, masing-masing partai politik sudah seharusnya memiliki kelompok target tertentu yang harus digarap agar menjadi pendukung utama dalam Pemilu. Misalnya, PKB *dengan captive market*-nya dari warga NU. Kemudian PAN dengan *captive market*-nya anggota Muhammadiyah, dan juga PDI-P dengan *captive market*-nya dari kalangan nasionalis-abangan, kelas menengah ke bawah atau yang biasa disebut *wong cilik*.[11]

---

[10] Doddy Rudianto, *Manajemen Pemasaran Partai Politik: Segmentation, Targetting, Positioning*, (Jakarta: Citra Mandala Pratama, 2003), 21.
[11] H.B. Widagdo, *Manajemen Pemasaran Partai Politik Era Reformasi*, (Jakarta: Golden Terayon Press, 1999), 69.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Positioning

Dalam ilmu politik, *positioning* adalah usaha pesan politik atau menjejalkan sesuatu mengenai sebuah partai politik ke dalam konstituen dan atau calon konstituen. *Positioning* juga berarti strategi komunikasi untuk menanamkan citra tertentu kepada satu atau beberapa kelompok pemilih. Penentuan posisi ini dimaksudkan untuk menempatkan sebuah partai politik dalam keberadaan yang berbeda terhadap posisi partai-partai politik yang lain, atau dengan kata lain bagaimana memosisikan kedudukan partai politik agar dapat diterima, harus diungkapkan ke dalam pernyataan yang mudah, enak didengar, dan juga dapat dipercaya dalam sebuah komunitas masyarakat yang akan dijadikan target.

Adapun jenis-jenis posisi partai politik, antara lain:[12]

1. Posisi partai berdasarkan kategori partai tersebut, misalnya, sebuah partai memosisikan dirinya sebagai partai ”nasionalis-religius”.
2. Posisi partai berdasarkan atribut tertentu, misalnya, sebuah partai menyatakan dirinya sebagai partai besar yang memiliki sumber daya yang besar yang bisa dikerahkan untuk mewujudkan janji-janji politiknya kepada masyarakat.
3. Posisi partai berdasarkan *benefit*, misalnya, partai yang memperjuangkan nasib kaum tertentu, dan terakhir, posisi partai

[12] Adman Nursal, *Political Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), 155.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berdasarkan dari kategori pemilih, misalnya, partai yang memosisikan dirinya sebagai partai *wong cilik*.

3. Sistem Pemilu di Indonesia

a. Sistem Pemilu Legislatif di Indonesia

Secara umum, pemilihan umum merupakan proses pergantian kekuasaan secara damai yang dilakukan secara berskala sesuai dengan prinsip-prinsip yang digariskan oleh konstitusi. Dalam prakteknya, pemilu merupakan kegiatan politik suatu Negara dalam rangka mewujudkan demokrasi. Dalam paham kedaulatan rakyat (*democracy*), rakyatlah yang dianggap sebagai pemilik dan pemegang kekuasaan tertinggi dalam suatu Negara.[13]

Gagasan kedaulatan rakyat atau demokrasi jelas terkandung dalam UUD 1945, mulai dari Pembukaan UUD sampai ke Pasal-Pasalnya tercantum dengan tegas dianutnya paham demokrasi atau kedaulatan rakyat itu.[14] Dalam alinea keempat Pembukaan UUD 1945 dinyatakan:

> *"... maka disusunlah kemerdekaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar Negara Indonesia yang terbentuk dalam suatu susunan Negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat dengan berdasar pada... dan kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan..."*

[13] Jimly Asshiddiqie, *Pengantar Hukum Tata Negara*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 414.
[14] Jimly Asshiddiqie, *Green Constitution*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 105.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari dasar itulah maka Negara Indonesia melakukan pemilu. Dasar konstitusional diselenggarakannya pemilu terdapat dalam pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) yang menegaskan bahwa, *"Kedaulatan adalah di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut undang-undang dasar".* Artinya dalam sistem pemerintahan Negara harus mementingkan kedaulatan rakyat.

Perbedaan sistem pemilihan umum tergantung kepada dimensi dan juga pandangan yang ditujukan terhadap rakyat. Pertama, rakyat dipandang sebagai individu yang bebas untuk menentukan pilihannya dan juga dapat mencalonkan dirinya sebagai calon wakil rakyat. Kedua, rakyat hanya dipandang sebagai anggota kelompok yang tidak berhak untuk menentukan siapa wakilnya yang akan duduk dalam badan perwakilan rakyat dan ia tidak berhak mencalonkan diri sebagai wakil rakyat.

Dari perbedaan perspektif di atas, maka sistem pemilihan umum dapat dibedakan menjadi sistem pemilihan organis dan sistem pemilihan mekanis. Sistem pemilihan organis menempatkan rakyat sebagai sejumlah individu yang hidup bersama dalam berbagai macam persekutuan hidup fungsi tertentu, lapisan sosial dan juga lembaga-lembaga sosial. Persekutuan inilah yang diutamakan sebagai pengendali hak untuk mengutus wakil-wakilnya dan juga wakil-wakil yang duduk dalam perwakilan rakyat hanya berdasarkan pengangkatan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam sistem pemilihan mekanis partai-partailah yang mengorganisir pemilih dan memimpin pemilihan baik berdasarkan dua partai maupun multipartai. Sistem ini menghasilkan badan perwakilan yang mencerminkan kepentingan umum. Sistem pemilihan mekanis dapat dijalankan dengan dua cara yaitu sistem perwakilan distrik (dimana wilayah negara dibagi dalam distrik-distrik pemilihan atau daerah pemilihan yang jumlahnya sama dengan jumlah kursi yang direbutkan) dan juga sistem perwakilan proporsional (satu daerah pemilihan memiliki beberapa wakil).

b. Aktor-Aktor Pemilu

Sebagai sebuah kompetisi politik, pemilu melibatkan sejumlah aktor-aktor di dalamnya. Masing-masing aktor memiliki posisi dan fungsi tersendiri yang secara bersama-sama memiliki kewajiban untuk menyukseskan pemilu. Aktor-aktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Aktor Utama Pemilu

a. Pemilih

Di antara aktor-aktor pemilu, dalam konteks Indonesia, posisi pemilih kerapkali terpinggirkan. Dari pemilu ke pemilu selalu menjadi kontroversi daftar pemilih. Padahal konstitusi menjamin hak-hak politik warga negara, termasuk hak memilih dalam pemilu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Penyelenggara Pemilu

Penyelenggara pemilu terbagi menjadi dua, yaitu Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan jajarannya, serta Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) serta jajarannya.

c. Peserta Pemilu

Partai politik menjadi pelaku dominan dalam pemilu, baik itu pemilu legislatif maupun pemilu eksekutif.

2. Aktor Pendukung

a. Pemerintah

Peran pemerintah pusat maupun pemerintah daerah sangat menentukan keberhasilan pemilu. Pengiriman logistik pemilu sampai ke tempat pemungutan suara (TPS) misalnya, tidak akan berjalan tepat sasaran dan tepat waktu jika tidak didukung oleh pemerintah.

b. Lembaga Keamanan

Pemilu adalah kompetisi politik yang melibatkan hampir semua mayoritas warga masyarakat dalam memperebutkan jabatan-jabatan publik, oleh sebab itu sangatlah terbuka kemungkinan terjadinya pergesekan di antara warga yang berkepentingan tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Lembaga Penegak Hukum

Supaya semua peserta pemilu menaati peraturan yang sudah disepakati perlu adanya sebuah lembaga penegak hukum yang akan mengontrol jalannya aturan tersebut karena terkadang untuk mendapatkan kemenangan dalam pemilu tersebut tidak sesuai dengan aturan yang telah disepakati.

d. Pemantau Pemilu

Pemantau pemilu adalah Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), badan hukum, lembaga pemantau dari luar negeri dan perwakilan negara sahabat di Indonesia yang mendaftar pada KPU dan telah memperoleh akreditasi untuk melakukan kegiatan pemantauan pemilu.[15]

Dari beberapa aktor pemilu yang sudah disebutkan di atas, bila salah satunya tidak berfungsi sesuai dengan fungsinya maka penyelenggaraan pemilu akan mengalami masalah dan tidak akan berjalan dengan maksimal.

[15] Nur Hidayat Sardini, *Restorasi Penyelenggaraan Pemilu di Indonesia*, (Jakarta: Fajar Media Press, 2011), 41-48.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. DPRD Tingkat II (Dua)

Pokok-pokok pembagian kekuasaan di suatu Negara diatur di dalam konstitusi negara bersangkutan, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis. UUD 1945 sebelum di amandemen menggunakan prinsip pembagian kekuasaan di antara lembaga tinggi negara bukan menggunakan prinsip pemisahan kekuasaan. Konsekuensi logisnya adalah terjadi saling pengaruh dan tumpang tindih antara kekuasaan satu lembaga dengan lembaga lainnya.

Sistem semacam itu kemudian menjadi latar belakang terbentuknya UU Nomor 22 tahun 1999 di mana kewenangan menetapkan Peraturan Daerah berada di tangan Kepala Daerah, sedangkan DPRD (baik Tingkat I maupun Tingkat II) memiliki hak untuk mengajukan Rancangan Peraturan Daerah.[16] Undang-undang tersebut juga menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan Badan Eksekutif Daerah (BED) meliputi Kepala Daerah dibantu seorang wakil dan perangkat daerah, sedangkan yang dimaksud dengan Badan Legislatif Daerah (BLD) adalah Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dengan alat-alat kelengkapannya yang terdiri dari pimpinan, komisi dan juga panitia-panitia.[17] Adapun tugas dan wewenang DPRD Tingkat II adalah sebagai berikut:

1. Membentuk peraturan daerah kabupaten bersama Kepala Daerah.

[16] Sadu Wasistiono, *Etika Hubungan Legislatif-Eksekutif Dalam Rangka Pelaksanaan Otonomi Daerah*, (Bandung: Alqaprint, 2001), 18.
[17] *Ibid.*, 19.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Membahas dan memberikan persetujuan rancangan peraturan daerah mengenai anggaran pendapatan dan juga belanja daerah kabupaten yang diajukan oleh Kepala Daerah.
3. Melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan daerah dan anggaran pendapatan dan belanja daerah kabupaten.
4. Mengusulkan pengangkatan dan juga pemberhentian Kepala Daerah dan/atau wakil Kepala Daerah kepada Menteri Dalam Negeri melalui gubernur untuk mendapatkan pengesahan pengangkatan dan/atau pemberhentian.
5. Memilih wakil Kepala Daerah dalam hal terjadi kekosongan jabatan wakil Kepala Daerah.
6. Memberikan pendapat dan pertimbangan kepada pemerintah daerah kabupaten terhadap rencana perjanjian internasional di daerah.
7. Memberikan persetujuan terhadap rencana kerja sama internasional yang dilakukan oleh pemerintah daerah kabupaten.
8. Meminta laporan keterangan pertanggungjawaban Kepala Daerah dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah kabupaten.
9. Memberikan persetujuan terhadap rencana kerjasama dengan daerah lain atau dengan pihak ketiga yang membebani masyarakat dan daerah.
10. Mengupayakan terlaksananya kewajiban daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

11. Melaksanakan tugas dan wewenang lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.[18]

Adapun beberapa fungsi DPRD Tingkat II yaitu:

1. Fungsi legislasi diwujudkan dalam membentuk Peraturan Daerah bersama-sama Kepala Daerah.
2. Fungsi anggaran diwujudkan dalam membahas, memberikan persetujuan dan juga menetapkan APBD bersama Pemerintah Daerah.
3. Fungsi pengawasan diwujudkan dalam bentuk pengawasan terhadap pelaksanaan Undang-undang, Peraturan Perundangan yang ditetapkan oleh Pemerintah, Peraturan Daerah, Peraturan Kepala Daerah, juga Keputusan Kepala Daerah dan kebijakan yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah.[19]

4. Kebijakan Afirmatif dalam Undang-Undang Pemilu

Kebijakan afirmatif adalah kebijakan yang diambil bertujuan agar kelompok/golongan tertentu (gender ataupun profesi) memperoleh peluang yang setara dengan kelompok/golongan lain dalam bidang yang sama. Kebijakan afirmatif juga dapat diartikan sebagai kebijakan yang memberi keistimewaan pada kelompok tertentu. Dalam konteks politik, tindakan

[18] http://www.dprd-sidoarjokab.go.id, diakses tanggal 25-12-2014.
[19] *Ibid.,*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

afirmatif dilakukan untuk mendorong agar jumlah perempuan di lembaga legislatif lebih representatif.

Gender sebagai alat analisis umumnya digunakan oleh penganut aliran ilmu sosial konflik yang memusatkan perhatian pada ketidakadilan struktural dan sistem yang disebabkan oleh gender. Perbedaan gender yang selanjutnya melahirkan peran gender sesungguhnya tidak menimbulkan masalah sehingga tidak perlu digugat. Perjuangan kesetaraan gender adalah salah satu upaya mewujudkan demokratisasi karena dengan adanya kesetaraan gender maka seluruh masyarakat baik laki-laki maupun perempuan mempunyai akses untuk melakukan proses demokratisasi itu sendiri.

Dalam kaitannya dengan lembaga legislatif, Pemilu 2004 merupakan tonggak peningkatan keterwakilan perempuan di lembaga legislatif. Peningkatan tersebut memang sangat kecil dibandingkan dengan perjuangan para aktivis perempuan sejak proses Rancangan Undang-Undang sampai Undang-Undang Pemilu 2003 yang mencantumkan kuota perempuan 30%, tetapi patut disyukuri karena memang mengubah paradigma berpikir yang patriarkis menjadi cara berpikir kesetaraan gender. Pasal 65 ayat (1) UU Nomor 12 Tahun 2003 tentang Pemilu DPR, DPD, dan DPRD menyatakan bahwa:

> *"setiap Partai politik peserta pemilu dapat mengajukan calon anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten Kota untuk setiap daerah Pemilihan dengan memperhatikan keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30%."*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara umum kebijakan afirmatif tersebut semakin disempurnakan. Hal tersebut dapat kita lihat pada UU No. 22 Tahun 2007 tentang penyelenggaraan pemilu yang kini UU No. 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pemilu dan UU No. 8 Tahun 2012 tentang Pemilu Anggota DPR, DPD, dan DPRD (UU Pemilu Legislatif). Pada pasal 6 ayat (5) UU No. 22 Tahun 2007 dan UU No. 15 Tahun 2011 Tentang Penyelenggaraan Pemilu dinyatakan bahwa:

> *"komposisi keanggotaan KPU, KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota memperhatikan keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30% (tiga puluh perseratus)".*

Keterwakilan perempuan dalam kepengurusan Partai politik juga telah secara tegas dicantumkan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 2012 tentang Pemilu Anggota DPR, DPD dan DPRD (UU Pemilu Legislatif) telah menjamin keterwakilan perempuan sebagai calon anggota legislatif. Karena telah memberikan perlakuan khusus (kebijakan afirmatif) kepada perempuan dan sejalan dengan konstitusi, menyebutkan partai politik wajib mengajukan minimal 30% perempuan sebagai calon anggota legislatif. Undang-undang tersebut juga diperkuat dengan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor. 7 Tahun 2003 tentang Pencalonan Anggota Legislatif.[20]

[20] http://theglobejournal.com, diakses tanggal 27-9-2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Perempuan dan Parlemen

Perwakilan politik sebuah kelompok dapat dipahami sebagai kehadiran anggota-anggota kelompok tersebut dalam lembaga-lembaga politik formal. Teorinya, pada tingkatnya yang paling sederhana, adalah bahwa para wakil bertindak demi kelompok-kelompok yang mereka wakili. Namun, dalam demokrasi-demokrasi representatif sebagian besar dari mereka yang dipilih untuk badan pembuat undang-undang bertindak bagi banyak kelompok berbeda-beda, dan sebagian besar juga berusaha untuk mengatasi kepentingan-kepentingan kelompok yang sempit dan terutama bertindak bagi bangsa atau komunitas yang dilayani oleh lembaga itu.[21]

Misalnya seorang anggota dewan dapat bertindak bagi partai politiknya, para pemilihnya, wilayahnya, bangsanya, dan kelompok etnisnya, juga sambil berusaha menyeimbangkan macam-macam pandangan dalam pengertian menyeluruh mengenai kepentingan 'nasional'. Sifat multidimensional perwakilan memperumit pertimbangan-pertimbangan bagi perwakilan perempuan. Teori perwakilan politik menyebutkan bahwa para wakil mempunyai dorongan untuk mewakili kepentingan mereka yang memilihnya atau yang mungkin memilih mereka di masa depan meskipun mereka sendiri tidak ambil bagian dalam kepentingan itu.[22] Dalam perumusan seperti itu pemilihan berfungsi sebagai sebuah pasar yang sempurna di mana semua permintaan politik dibuka, jadi, seharusnya tidaklah masalah siapa yang menjadi wakil. Dalam prakteknya, pemilihan tidak berjalan seperti itu.

---

[21] Joni Lovenduski, *Politik Berparas Perempuan*, (Yogyakarta: Kanisius, 2008), 35.
[22] *Ibid.,*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kebanyakan wakil cenderung untuk mewakili kepentingan yang bukan menjadi kepentingan mereka hanya bila kepentingan-kepentingan itu membentuk suatu minoritas yang luas, koheren, sadar-diri dalam masyarakat. Tanpa itu banyak kepentingan akan diabaikan. Kaum perempuan bukan suatu kelompok kohesif, sehingga argumen bahwa laki-laki dapat mewakili mereka seutuhnya jarang terjadi.[23]

B. Penelitian Terdahulu

1. Nama: Abd. Rohim (Jurusan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013)

   Judul: Problematika Keterwakilan Perempuan di DPRD Kota Yogyakarta Periode 2004-2009.

   a. Selama dua periode tahun 2004-2009 *problem* keterwakilan perempuan di lembaga DPRD Kota Yogyakarta belum sejalan dengan demokrasi, undang-undang yang selama ini dibuat untuk memberdayakan perempuan demi mendapatkan hak-haknya belum menghasilkan perubahan.

   b. Faktor yang berpengaruh terhadap kepemimpinan perempuan adalah kurangnya peran aktif perempuan dalam kebijakan publik sebagai anggota DPRD untuk memperoleh haknya sesuai amanat Undang-Undang 1945.

[23] *Ibid.,* 36.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Nama: Naafilah Astri Swarist (Fakultas Ushuluddin, IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2010)

   Judul: *Marketing* Politik SBY-Boediono pada pemilu Presiden 2009 di Kota Surabaya.

   a. *Marketing* politik yang digunakan SBY-Boediono pada pemilihan presiden 2009 di Kota Surabaya adalah implementasi konsep struktur dan proses *marketing* politik meliputi produk, organisasi, pasar dengan tujuan sebagai aktivitas terencana yang diimplementasikan secara simultan dan juga berkelanjutan.

   b. *Reasoning* yang mendasari SBY-Boediono untuk menggunakan *marketing* politik pada pemilu presiden 2009 adalah membangun citra, simpati, dan juga dukungan.

3. Nama: Karis Rosida (Jurusan Hukum dan Kewarganegaraan, Universitas Negeri Malang, 2009)

   Judul: Strategi Calon Legislatif Perempuan pada Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Tahun 2009 di Kota Malang.

   a. Strategi yang digunakan para caleg perempuan untuk memenangkan pemilihan umum anggota DPRD tahun 2009 di Kota Malang sangatlah beragam, yakni meliputi penggunaan strategi pencitraan yang tidak *instant*, strategi TURBA, mensosialisasikan citra partai dan citra caleg, kontrak politik, memberikan sumbangan kepada calon pemilih, kampanye, mendatangi pertemuan di masyarakat, mengusung sentimen perempuan/gender, sosialisasi cara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pencoblosan, pemanfaatan dana kampanye, dan juga strategi promosi.

b. Unsur yang memiliki pengaruh besar terhadap kemenangan caleg perempuan selain massa pendukung dan tim sukses, ialah dari citra personal masing-masing caleg dan bukan berasal dari partai. Hal tersebut mengindikasikan bahwa partai tidak terlalu memberikan kontribusi terhadap kemenangan caleg. Tanpa usaha caleg sendiri dan juga mengandalkan partai mustahil seorang caleg bisa memenangkan kompetisi dalam pemilu.

4. Nama: Umi Kholifah (Fakultas Ushuluddin, IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2011)

   Judul: Strategi dan Instrumen *Marketing* Politik Risma-Bambang di Kecamatan Bulak Pada Pilwali Surabaya 2010.

   a. Strategi *marketing* politik Risma-Bambang di kecamatan Bulak meliputi segmentasi (berdasarkan umur, pekerjaan dan geografis), targetisasi dan *positioning*.

   b. Instrumen *marketing* politik Risma-Bambang di kecamatan Bulak meliputi *track record* Risma sebagai kepala Bappeko dan juga Bambang sebagai walikota periode sebelumnya yang dinilai berhasil melaksanakan pembangunan Kota Surabaya.

5. Nama: Zainuddin (Jurusan Ilmu Administrasi, Universitas Mulawarman Samarinda, 2014)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Judul: Strategi Partai Amanat Nasional (PAN) Dalam Memenuhi Kuota 30 Persen Keterwakilan Dalam Daftar Calon Legislatif Pada Pemilihan Umum Tahun 2014 Di Kota Samarinda.

a. Strategi DPD PAN Kota Samarinda dalam memenuhi kuota 30 persen keterwakilan perempuan dalam daftar calegnya dimulai dengan melakukan rekrutmen kader perempuan, lalu melakukan pelatihan kader khususnya kader perempuan, dan kemudian ditetapkannya kader perempuan dalam mekanisme penetapan Daftar Caleg Sementara (DCS) di internal partai dan pada tahap penetapan caleg tetap di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Samarinda.
b. Faktor keberhasilan strategi DPP PAN Kota Samarinda dalam memenuhi kuota 30 persen perempuan dalam daftar calegnya adalah karena besarnya partisipasi perempuan untuk terlibat dalam politik khususnya masuk di partai politik dan lalu menjadi caleg.

6. Jurnal Sosial Demokrasi, 2009, Nur Iman Subono, ”Menuju Representasi Politik Perempuan yang lebih Bermakna”.

Meskipun memang sangat strategis, kita pun tahu bahwa perjuangan kuota 30% hanyalah salah satu elemen utama dalam upaya mempromosikan representasi politik perempuan. Sudah saatnya, setelah melalui 3 pemilu pasca Orde Baru, kalangan perempuan memperluas makna representasi politik perempuan tersebut. Keterlibatan perempuan dalam sistem politik untuk tujuan representasi memang diperlukan, tapi sudah pasti tidak memadai karenanya ini harus diimbangi dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tindakan-tindakan politik dalam kelompok-kelompok dan juga gerakan perempuan.

Artinya, *go politics* dari kalangan perempuan tidak hanya sebagai kegiatan untuk memasuki proses, mekanisme, lembaga dan sistem politik. Tapi ada dua dimensi utama di sini yakni yang menyangkut upaya untuk mempengaruhi proses-proses pengambilan keputusan publik dan usaha untuk membangun basis sosial representasi politik perempuan baik melalui lembaga-lembaga representasi politik, baik formal maupun informal dan partisipasi langsung. Ada rekoneksi antara gerakan perempuan yang menjadi bagian dari gerakan sosial, dengan aksi politik, yang merupakan bagian dari demokrasi representasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id