

Strategi Komunikasi Politik Calon Legislator Perempuan pada Kampanye Pemilihan Legislatif 2019 di Kota Lhokseumawe Provinsi Aceh

Mona Asriati, Lusiana Andriani Lubis, Rahmanita Ginting

Universitas Sumatera Utara, Universitas Sumatera Utara, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

ABSTRAK

Aceh dikenal sebagai daerah yang patriarkat dan menjunjung nilai tradisional Islam sehingga suara perempuan kerap tidak didengarkan dalam arena politik akibatnya eksistensi politisi perempuan masih sangat sedikit. Calon legislator perempuan harus mempersiapkan strategi-strategi kemenangan yang dapat mengantarkan mereka ke kursi legislatif dan mematahkan pemikiran masyarakat bahwa laki-laki dianggap lebih berkualitas dibandingkan perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses komunikasi politik yang dilakukan oleh calon legislator perempuan pada kampanye pemilihan legislatif, menganalisis hambatan yang dihadapi oleh calon legislator perempuan selama masa kampanye, dan menganalisis strategi komunikasi politik calon legislator perempuan pada kampanye Pemilihan Legislatif 2019 di Kota Lhokseumawe Provinsi Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Subjek penelitiannya adalah calon legislator perempuan pada Pemilihan Legislatif 2019 di Kota Lhokseumawe sebanyak enam orang sebagai informan utama. Hasil penelitian menunjukkan keenam informan melakukan proses komunikasi politik dengan melibatkan unsur-unsur komunikasi politik yaitu komunikator politik, pesan politik, media kampanye, konstituen, dan efek dari kampanye yang dilakukan. Hambatan yang dihadapi oleh calon legislator perempuan pada kampanye pemilihan legislatif yaitu budaya politik patriarki dan kurangnya modal finansial. Strategi komunikasi politik yang dilakukan pada saat kampanye yaitu membentuk tim sukses agar kampanye dapat berjalan dengan lebih efektif dan tepat sasaran, mengunjungi konstituen dari rumah ke rumah atau lebih dikenal dengan sistem door to door, topik kampanye tentang pemberdayaan perempuan, mengunjungi tokoh masyarakat dan komunitas pendukung, menyatakan janji politik sembari memberikan bantuan kepada para konstituen, dan memanfaatkan media sosial untuk kampanye.

Kata Kunci: *Komunikasi Politik, Strategi Komunikasi Politik, Caleg Perempuan, Kampanye*

PENDAHULUAN

Pada masa konflik, Aceh yang kemudian menerapkan sistem hukum Syariah Islam, hanya mengenal dua sistem peraturan yaitu kekuasaan militer pemerintahan Indonesia dan kekuatan patriarki dari tentara Gerakan Aceh Merdeka (GAM). Berada diantara dua ranah kekuasaan yang maskulin inilah masyarakat sipil Aceh dirugikan, terutama suara

perempuan tidak lagi didengar dalam arena politik. Aceh juga memiliki sejarah kekerasan yang panjang dan pada kondisi itu hak-hak perempuan diabaikan berkali-kali, terutama oleh pemerintah kolonial Belanda dan kekuatan pasca pemerintahan Soeharto.

Prof. A. Hasjmy seorang sejarawan Aceh memberikan konfirmasinya dengan mengatakan bahwa di masa lalu, kesultanan Islam di Aceh memperlakukan laki-laki dan perempuan setara. Hak perempuan untuk memegang tampuk kerajaan di istana diakui secara penuh. Di bawah hukum Kesultanan Aceh Darussalam, hak-hak laki-laki dan perempuan adalah sama. Begitu juga kewajiban mereka untuk membela dan membangun kesultanan. Hak-hak dan kewajiban itu menyediakan kesempatan bagi perempuan Aceh dari Kesultanan Perlak, Samudera Pasai, dan Aceh Darussalam untuk ikut serta secara aktif dalam pemerintahan dan militer (Noerdin, 2005: 33-34).

Perempuan Aceh yang dulu menduduki posisi-posisi komando dan pengambilan keputusan tertinggi dalam perang dan politik sekarang telah berubah menjadi simbol pasif kolektivitas budaya patriarki di Aceh. Pada saat ini, eksistensi politisi perempuan pada bidang politik masih sangat sedikit di Aceh. Momentum reformasi pada 1998, sebenarnya memberikan kesempatan yang luas bagi politisi perempuan agar dapat berpartisipasi dan eksis di bidang politik. Salah satunya dengan banyaknya partai politik yang berfungsi sebagai “kendaraan politik” yang sah untuk merebut, memelihara, dan mempertahankan kekuasaan serta memberikan pengaruh. Rendahnya tingkat representasi perempuan dalam bidang politik merupakan masalah penting bagi perempuan untuk mengartikulasikan kepentingannya. Hal tersebut menyebabkan kebijakan-kebijakan pemerintah yang dikeluarkan menjadi kurang menunjukkan keberpihakan terhadap kepentingan-kepentingan perempuan.

Perempuan dengan berbagai kepentingannya dalam pengambilan keputusan dapat lebih sensitif terhadap berbagai macam perbedaan, tidak saja perbedaan kepentingan gender tetapi juga perbedaan kelas sosial, suku, agama, dan berbagai kepentingan lainnya. Suara perempuan memiliki kesempatan untuk membawa perubahan yang berarti dalam proses pengambilan keputusan politik. Upaya mendorong peran aktif perempuan untuk berpartisipasi dalam dunia politik memerlukan strategi komunikasi politik yang menerapkan pengarusutamaan gender, tindakan afirmatif, pendidikan politik untuk perempuan, dan pendidikan kewarganegaraan bagi perempuan.

Perempuan pun mampu untuk menjadi aktor politik yang mumpuni bila memanfaatkan peluang dan penggunaan strategi komunikasi politik yang baik dan efektif. Strategi komunikasi politik caleg perempuan yang efektif perlu memperhatikan berbagai objek sasaran yang dituju seperti latar belakang pendidikan, budaya, mata pencaharian, dominasi gender, suku, agama, sehingga pola penyampaian informasi dapat berjalan maksimal. Caleg perempuan pun perlu memanfaatkan sisi feminisme dan pengetahuan

yang dimilikinya sehingga masyarakat akan mudah tersentuh oleh pendekatan yang dilakukan secara persuasif tersebut.

Isu politik begitu penting untuk perempuan karena perempuan adalah bagian terbesar atau mayoritas di negeri ini. Namun sejauh ini kuantitas tersebut belum mampu digarap dengan baik oleh sistem politik di Indonesia. Isu perempuan dalam setiap pemilu penting untuk dimunculkan karena jumlah perempuan di Indonesia lebih dari 50%, sehingga pemilih perempuan yang relatif besar tersebut dapat digunakan oleh caleg perempuan untuk mendulang suara dalam pemilihan legislatif. Menurut data Komisi Pemilihan Umum (KPU) total jumlah pemilih sementara Pemilu 2019 mencapai 186 juta. KPU mencatat ada 92.213.263 orang pemilih laki-laki dari dalam negeri dan pemilih perempuan sebanyak 93.166.615 orang. Pemilih dari luar negeri ada 666.160 pemilih laki-laki dan 615.437 pemilih perempuan (<https://infopemilu.kpu.go.id/pileg2019>).

Partisipasi politik dalam hal keikutsertaan perempuan sebagai calon legislator cukup tinggi tetapi tidak pada legislator perempuan yang terpilih. Akses perempuan untuk maju dan terpilih menjadi anggota legislatif akan selalu dihadapkan dengan pemikiran masyarakat bahwa laki-laki dianggap lebih berkualitas dibandingkan perempuan, apalagi dengan dominasi laki-laki dalam kepengurusan partai politik. Pentingnya komunikasi politik untuk mengajak perempuan memasuki ranah politik dan pemerintahan tidak hanya dapat meningkatkan partisipasi perempuan saja tetapi juga untuk menyuarakan aspirasi dan kepentingan perempuan serta menjalankan fungsinya secara benar tidak sekedar untuk memenuhi kuota. Jika calon legislator perempuan tersebut ingin terpilih sebagai seorang legislator maka mereka harus mempersiapkan strategi-strategi kemenangan yang dapat mengantarkan mereka ke kursi legislatif tersebut. Hal ini akan menunjukkan terjadinya persaingan bebas antar politisi, internal dan eksternal partai, lelaki dan perempuan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas menunjukkan pentingnya strategi komunikasi politik yang baik bagi calon legislator perempuan agar dapat terpilih dalam Pemilihan Legislatif. Semua caleg yang ikut dalam Pemilihan Legislatif mengandalkan modal politik masing-masing untuk bersaing antar individu karena partai politik tidak memiliki kekuatan yang terstruktur untuk membantu kader-kadernya agar dapat diunggulkan dan ditetapkan sebagai pemenang. Maka dari itu, para caleg perempuan harus memanfaatkan momentum ini dengan sebaik-baiknya. Pembekalan diri yang mumpuni serta mempersiapkan strategi komunikasi politik terbaik perlu dilakukan oleh caleg perempuan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan kajian dengan lebih mendalam bagaimana strategi komunikasi politik calon legislator perempuan pada kampanye Pemilihan Legislatif 2019 di Kota Lhokseumawe Provinsi Aceh.

Penelitian mengenai strategi komunikasi politik calon legislator perempuan juga pernah diteliti oleh Susilo dan Nisa (2018) dengan judul “Strategi Komunikasi Politisi

Perempuan”. Penelitian ini dilakukan di kabupaten dengan jumlah perwakilan anggota legislatif terbanyak di Indonesia yaitu Kabupaten Minahasa dan Kabupaten Wonosobo dengan jumlah perwakilan perempuan di legislatif yang paling sedikit di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen dan analisis kualitatif. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa responden laki-laki memandang politisi laki-laki lebih memiliki kemampuan daripada politisi perempuan. Responden perempuan juga melihat bahwa politisi laki-laki lebih mumpuni dibandingkan dengan politisi perempuan. Politisi perempuan yang memiliki keahlian komunikasi politik yang baik memiliki kesempatan terpilih yang lebih besar dalam pemilihan umum. Struktur sosial juga mempengaruhi keterpilihan perempuan sebagai politisi. Di Kabupaten Wonosobo, sebagian kalangan agama tidak menyetujui perempuan menjadi anggota legislatif.

Lovenduski (2008:37) mengungkapkan bahwa perwakilan politik perempuan dapat diartikan sebagai kehadiran anggota kelompok tertentu dalam lembaga-lembaga politik formal. Teori perwakilan politik menyebutkan bahwa para wakil mempunyai dorongan untuk mewakili kepentingan masyarakat yang memilihnya atau yang akan memilih mereka di waktu mendatang.

Para perumus teori demokrasi membedakan perwakilan menjadi dua yaitu, perwakilan deskriptif dan perwakilan substantif. Perwakilan deskriptif menjelaskan bahwa kaum perempuan seharusnya berada sebagai pembuat keputusan sebanding dengan jumlah penduduk mereka secara proporsional, sedangkan perwakilan substantif mengarahkan perhatian pada ide mengenai kepentingan-kepentingan perempuan. Jumlah keterwakilan perempuan diharapkan dapat memadai sesuai kuotanya. Kuota untuk perempuan bertujuan agar adanya kaum minoritas kritis (*critical minority*) terdiri dari 30% perempuan. Pemikiran awal munculnya kuota adalah untuk memastikan bahwa perempuan akan masuk dan terlibat dalam politik serta tidak menjadi kelompok masyarakat yang mengalami isolasi. Angka 30% dipandang sebagai angka kritis yang harus dicapai untuk memastikan sebuah perubahan. Jumlah 30% ditetapkan sebagai upaya menghindari dominasi salah satu jenis kelamin pada lembaga-lembaga politik yang merumuskan kebijakan publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pada penelitian ini peneliti akan meneliti bagaimana strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan pada kampanye Pemilihan Legislatif 2019 di Kota Lhokseumawe Provinsi Aceh sebagai upaya agar dapat terpilih sebagai Legislator DPRK Lhokseumawe Periode 2019 – 2024. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih subjek secara sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu, untuk menggali

informasi secara mendalam berdasarkan tujuan riset (Kriyantono, 2014:58). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in depth interview*), observasi non partisipan, dan dokumentasi.

PEMBAHASAN

Analisis Informan

Informan pertama yakni Ibu Hj. Nurhayati Aziz yang merupakan anggota dewan terpilih dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Kota Lhokseumawe. Perempuan berusia 51 tahun ini bercerita banyak tentang proses dan usahanya sampai bisa terpilih menjadi salah satu Anggota Legislatif Dewan Perwakilan Rakyat Kota Lhokseumawe (DPRK Lhokseumawe). Ibu Nurhayati mengatakan bahwa beliau tertarik untuk ikut dalam pemilihan legislatif karena ada yang menawarkannya menjadi calon legislator perempuan untuk memenuhi kuota 30% perempuan. Menurut Ibu Nurhayati, perempuan tidak mudah untuk terjun ke dunia politik, dan ketika ada yang mengajaknya untuk bergabung awalnya beliau ragu untuk ikut tetapi kemudian beliau memutuskan untuk mencobanya. Pemilihan Umum 2019 merupakan kali keduanya ikut berpartisipasi untuk bisa terpilih menjadi legislator Kota Lhokseumawe. Pertama sekali Ibu Nurhayati terjun ke dunia politik ketika Pemilu Tahun 2014. Pada saat itu beliau masih menjadi calon legislator (*caleg*) dari Partai Gerindra Kota Lhokseumawe. Namun sayangnya pada Pemilu Tahun 2014 Ibu Nurhayati belum terpilih menjadi Legislator DPRK Lhokseumawe. Beliau terpilih menjadi Legislator DPRK Lhokseumawe dalam Pileg 2019.

Informan kedua adalah Ibu Nurul Akbari merupakan calon legislator dari Partai Gerindra. Perempuan yang berusia 49 tahun ini dulunya memiliki usaha café dan merupakan seorang ibu bhayangkari. Pada Pemilihan Legislatif Tahun 2019 merupakan kali kedua Ibu Nurul ikut mencalonkan diri menjadi *caleg*. Pada pemilu sebelumnya yaitu Pemilu Tahun 2014, Ibu Nurul juga menjadi *caleg* dari Partai Gerindra dan berhasil lolos menjadi Anggota DPRK Kota Lhokseumawe untuk masa bakti 2015-2019. Pada Pemilu 2019 Ibu Nurul kembali terpilih menjadi legislator DPRK Kota Lhokseumawe masa bakti 2019-2024, sehingga ini merupakan kali keduanya terpilih menjadi legislator di DPRK Lhokseumawe.

Informan ketiga, Ibu Fidhia Aruni, S.I.Kom, M.A.P merupakan dosen dan peneliti yang menjadi calon legislator (*caleg*) pada Partai Demokrat pada Pemilihan Legislatif (*pileg*) 2019 lalu. Perempuan kelahiran Lhokseumawe, 05 Maret 1992 ini memiliki alasan yang kuat kenapa dirinya tertarik untuk terjun ke dunia politik. Fifi, begitu beliau akrab disapa, mulai tertarik untuk terjun ke dunia politik ketika melakukan penelitian S2 beliau yang mengambil topik penelitian tentang kontestasi para anggota legislatif terhadap perumusan kebijakan perempuan dan anak.

Informan keempat yaitu Ibu Yuyun Nailupar. Pada Pemilihan Legislatif (Pileg) 2019 yang lalu, perempuan berusia 32 tahun ini pertama kali ikut mencalonkan diri sebagai calon legislatif. Ibu Yuyun Nailupar yang berprofesi sebagai Apoteker ini mengaku tertarik untuk terjun dalam dunia politik karena kedua orang tua beliau yang merupakan politisi di Kota Lhokseumawe. Ayah beliau merupakan dewan penasehat pada Partai Amanat Nasional (PAN) Kota Lhokseumawe. Alasan tersebut merupakan alasan kuat dirinya tertarik terjun ke politik hingga menjadi anggota pada partai yang sama dengan kedua orangtuanya.

Informan kelima yaitu Ibu Zuhera, salah satu politisi perempuan berusia 50 tahun Aceh yang cukup aktif di dunia politik dan menjabat sebagai pengurus dari Partai Nasional Demokrat (Nasdem) Kota Lhokseumawe. Beliau sudah berkiprah di dunia politik Aceh sejak tahun 2009. Awalnya beliau berprofesi sebagai kontraktor di Kota Lhokseumawe. Tawaran untuk bergabung di dunia politik datang dari kerabatnya. Ibu Zuhera mengaku pada awalnya beliau sama sekali tidak tertarik untuk terjun ke politik, tetapi beliau mau mencoba dan kemudian sangat menikmati segala aktivitas dan kegiatan di dunia politik.

Informan keenam adalah Manalis Tamika merupakan calon legislator muda berusia 25 tahun dari Partai Amanat Nasional (PAN) Kota Lhokseumawe pada Pemilihan Legislatif 2019. Keikutsertaannya pada pemilihan legislatif tersebut tidak terlepas dari peran Ayah beliau yang merupakan kader PAN Kota Lhokseumawe. Awalnya Ayah beliau, yang menjabat sebagai Ketua DPC Muara Satu Kota Lhokseumawe yang seharusnya ikut dalam pemilihan legislatif tersebut. Tetapi karena dari hasil tes kesehatan tidak memenuhi syarat karena ada riwayat penyakit jantung, jadilah Ibu Manalis menggantikan ayahnya untuk menjadi caleg mewakili PAN Kota Lhokseumawe.

Proses Komunikasi Calon Legislator Perempuan pada Kampanye Pemilihan Legislatif

Berdasarkan Model Komunikasi Lasswell, ada lima unsur komunikasi dalam suatu proses komunikasi, yaitu: *who* (siapa dan sumber), *says what* (pesan), *in which channel* (saluran/media), *to whom* (untuk siapa atau penerima), *with what effect* (dampak atau efek) (Wahid, 2016: 4-5). Konsep komunikasi politik yang ditawarkan Dan Nimmo dalam bukunya “Political Communication and Public Opinion in America” (1978), Nimmo melihat politik seperti komunikasi yaitu sebagai suatu proses dan sebagai politik yang melibatkan pembicaraan. Lebih jauh Nimmo menekankan bahwa komunikasi politik bukan saja pembicaraan dalam arti sempit seperti kata-kata yang diucapkan, melainkan pembicaraan dalam arti inklusif yang meliputi segala cara orang bertukar simbol, kata-kata yang ditulis dan diucapkan, gambar, gerakan, sikap tubuh, perangai, dan pakaian. Dari uraian Nimmo, komunikasi politik berusaha menempatkan (*setting*) maknanya

sebagai proses komunikasi yang terjadi pada setiap interaksi politik, dan adanya makna interaksi yang bermuatan politik pada akhirnya berawal dan berakhir dengan adanya proses komunikasi.

Pada proses komunikasi politik calon legislator perempuan pada kampanye pemilihan legislatif, unsur-unsur komunikasi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: a. Komunikator Politik, Para calon legislator perempuan tersebut sebagai komunikator politik yang menyampaikan pesan politik kepada para konstituen mereka di daerah pemilihan masing-masing melalui berbagai macam media kampanye dengan tujuan memperoleh suara yang mencukupi untuk terpilih menjadi Legislator DPRK Lhokseumawe, b. Pesan Politik, Pesan politik yang disampaikan oleh keenam informan dalam penelitian ini pada saat kampanye lebih banyak mengangkat tema tentang pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak, c. Saluran Komunikasi Politik/ Media Kampanye, Media komunikasi politik yang digunakan calon legislator perempuan dalam penelitian ini pada saat kampanye adalah media luar ruang (*outdoor media*) seperti spanduk, baliho, dan reklame; media format kecil seperti selebaran, poster, kalender, stiker, brosur, dan kartu nama; dan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, serta melalui *messenger* seperti *Whatsapp* dan pesan siaran melalui SMS (*SMS broadcast*), d. Khalayak politik (penerima pesan) dalam penelitian ini adalah konstituen, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran di daerah pemilihan caleg perempuan tersebut, e. Efek Politik, Dalam penelitian ini efek yang jelas terlihat adalah efek behavioral yaitu terpilih atau tidak terpilihnya para informan yaitu calon legislator perempuan pada Pemilihan Legislatif 2019 di Kota Lhokseumawe.

Proses komunikasi politik yang efektif adalah yang mengandung kelima unsur komunikasi tersebut. Tanpa adanya komunikasi politik yang efektif, maka aktivitas politik akan kehilangan bentuk.

Hambatan Calon Legislator Perempuan pada Kampanye Pemilihan Legislatif

Pelaksanaan kampanye pemilihan legislatif oleh para calon legislator perempuan di Kota Lhokseumawe tentunya tidak terlepas dari berbagai hambatan di dalam pelaksanaannya. Adapun hambatan-hambatan tersebut adalah: a. Budaya Politik Patriarki, Dalam negara yang menganut sistem nilai patriarki seperti Indonesia, kesempatan perempuan untuk menjadi politisi relatif terbatas karena persepsi masyarakat mengenai pembagian peran antara laki-laki dan perempuan yang cenderung bias ke arah membatasi peran perempuan pada urusan rumah tangga. Informan yang merupakan calon legislator perempuan, pada umumnya mendapat “serangan” isu karena keikutsertaan mereka sebagai calon legislator. Persepsi di masyarakat bahwa perempuan tidak boleh berpolitik seperti menjadi anggota legislatif. b. Modal Finansial, Untuk menjadi calon anggota

legislatif tentunya harus didukung dengan modal finansial yang mencukupi untuk kampanye. Biaya tersebut selain digunakan untuk tim sukses juga sebagian besar terserap untuk biaya kampanye seperti pembuatan dan pemasangan media luar ruang serta biaya pada saat sosialisasi ke daerah pemilihan. Dana kampanye tersebut merupakan modal finansial yang harus dimiliki oleh setiap calon anggota legislatif. Modal finansial yang tidak mencukupi merupakan salah satu hambatan besar dalam proses pemenangan calon legislator perempuan untuk menjadi anggota legislatif.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati Hastuti Dewi, et.al (2018) bahwa politisi setidaknya harus memiliki tiga modal (*capital*) yaitu pertama, modal finansial (*financial capital*) berupa uang atau modal material lainnya; kedua, modal manusia (*human capital*) berupa kualitas seseorang seperti kecerdasan, keterampilan, penampilan, kharisma; ketiga, modal sosial (*social capital*) berupa hubungan dengan teman, kolega atau orang tertentu di mana hubungan itu memberikan kesempatan kepada politisi untuk menggunakan atau mengubah modal finansial dan modal manusia yang dimilikinya menjadi sesuatu yang lebih menguntungkan.

Strategi Komunikasi Politik Calon Legislator Perempuan pada Kampanye Pemilihan Legislatif

Adapun strategi komunikasi politik calon legislator perempuan pada Kampanye Pemilihan Legislatif 2019 di Kota Lhokseumawe Provinsi Aceh adalah: a. membentuk tim sukses (timses) agar kampanye dapat berjalan dengan efektif dan tepat sasaran, Cangara (2016: 242) menyebutkan bahwa sebuah kegiatan kampanye politik sedapat mungkin diawali dengan kegiatan pembentukan tim kerja yang biasa disebut “Tim Sukses”. Tim sukses yang direkrut merupakan tenaga-tenaga potensial sesuai tugas dan fungsinya. b. mengunjungi konstituen dari rumah ke rumah atau lebih dikenal dengan sistem *door to door*. c. topik kampanye tentang pemberdayaan perempuan, Perempuan diberi label dan penilaian yang berbeda dengan pria. Pada saat yang sama, para politisi dan calon politisi perempuan pun berkomunikasi dengan melanggengkan stereotip ini. Citra perempuan sebagai ibu yang mengayomi dan mengasahi digunakan oleh calon politisi untuk meraih suara dalam pemilu. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh politisi perempuan masih dalam rangka mengukuhkan stereotip yang ada. Mereka melakukan komunikasi dengan cara yang lebih *nurturing*, memosisikan diri sebagai “ibu” dan berkomunikasi dengan kelembutan, baik verbal maupun nonverbal. Mereka memilih sasaran pemilih perempuan sebagai sasaran utama dan laki-laki sebagai sasaran berikutnya. Cara ini dianggap cukup beralasan karena jumlah pemilih perempuan lebih banyak dari pemilih laki-laki.

d. mengunjungi tokoh masyarakat dan komunitas pendukung, salah satu strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh informan penelitian yaitu pendekatan kepada tokoh-tokoh masyarakat. Selain itu berusaha menghadiri undangan masyarakat dengan

berbagai program melalui tatap muka langsung dengan konstituennya. Strategi lainnya yaitu melalui pertemuan terbuka, mengumpulkan massa dalam jumlah banyak di suatu tempat dalam rangka meminta dukungan. Selain itu juga dilakukan dengan melakukan pertemuan terbatas, pertemuan yang dilakukan selama masa kampanye politik dengan tim sukses dan konsultan serta masyarakat melalui kunjungan yang dilakukan ke komunitas, majelis taklim dan juga desa-desa untuk menemui konstituennya dalam menarik simpati. Pertemuan terbatas dilakukan dalam rangka strategi meminta dukungan, permintaan dukungan dilakukan tim sukses dan kandidat sendiri di kelompok-kelompok masyarakat yang ditemuinya. e. menyatakan janji politik sembari memberikan bantuan kepada para konstituen, komunikasi politik dilakukan dengan cara memberikan keyakinan kepada masyarakat dengan melakukan komunikasi langsung dengan konstituennya dan menyatakan janji tersebut akan terealisasi. Para kandidat melakukan pendekatan janji politik yang selalu diberikan pada setiap kampanye. f. memanfaatkan media sosial untuk kampanye, Media sosial merupakan media baru dengan menggunakan kecanggihan teknologi dunia maya dan mudah diakses oleh semua orang yang melek teknologi. Berbagai informasi ditampilkan dalam media tersebut baik berupa program kerja, prestasi, kegiatan formal dan non formal bersama masyarakat.

KESIMPULAN

Adapun hal yang dapat disimpulkan berdasarkan hasil temuan penelitian, yaitu proses komunikasi politik calon legislator perempuan pada kampanye pemilihan legislatif ditentukan oleh keseluruhan unsur-unsur komunikasi politik. Keenam informan utama yaitu calon legislator (caleg) perempuan melalui proses komunikasi sebagai komunikator politik yang menyampaikan pesan politik kepada para konstituen melalui berbagai jenis media kampanye dengan tujuan untuk terpilih menjadi legislator. Hambatan yang dihadapi oleh calon legislator perempuan pada kampanye pemilihan legislatif yaitu budaya politik patriarki yang masih melekat kuat dalam masyarakat Aceh dan minimnya modal finansial yang dimiliki oleh sebagian besar caleg perempuan.

Strategi komunikasi politik yang dilakukan calon legislator perempuan pada saat kampanye yaitu dengan membentuk tim sukses (timses) agar kampanye dapat berjalan lebih efektif dan tepat sasaran, mengunjungi konstituen dari rumah ke rumah atau lebih dikenal dengan sistem door to door, topik kampanye tentang pemberdayaan perempuan, mengunjungi tokoh masyarakat dan komunitas pendukung, menyatakan janji politik sembari memberikan bantuan kepada para konstituen, dan memanfaatkan media sosial untuk kampanye.

SARAN

Diharapkan penelitian ini dijadikan bahan masukan dan evaluasi dalam menentukan strategi komunikasi politik bagi calon legislator (caleg) khususnya caleg perempuan pada kampanye pemilihan legislatif serta menjadi rekomendasi bagi para politisi perempuan khususnya yang ingin mencalonkan diri sebagai calon legislator (caleg) pada pemilihan legislatif agar dapat memaksimalkan strategi yang digunakan dan meminimalisir hambatan.

DAFTAR PUSTAKA

Cangara, Hafied. (2016). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Kurniawati Hastuti Dewi, dkk. (2018). *Modal, Strategi dan Jaringan Perempuan Politisi dalam Kandidasi Pilkada Langsung*. Jakarta: Pusat Penelitian Politik-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.

Lovenduski, Joni. (2008). *Politik Berparas Perempuan*. Yogyakarta: Kanisius.

Noerdin, Edriana. (2005). *Politik Identitas Perempuan Aceh*. Jakarta: Women Research Institute.

Nimmo, Dan. (1978). *Political Communication and Public Opinion in America*. California: Goodyear Pub.Co.

Susilo, Muhammad Edy dan Nurul Latifatun Nisa. (2018). *Strategi Komunikasi Politisi Perempuan*. UPN Veteran Yogyakarta.

Wahid, Umaimah. (2016). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

<https://infopemilu.kpu.go.id/pileg2019> (Diakses pada 30 Desember 2019 pukul 22.00 WIB)