

# ANALISIS STRATEGI PEREMPUAN DALAM MENDAPATKAN KEPEMIMPINAN POLITIK DI SUMATERA BARAT

Farhan Istiqlal

NPP. 31.0116

*Asdaf Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat*

*Program Studi Politik Indonesia Terapan*

Email: [istiqlalfarhan3@gmail.com](mailto:istiqlalfarhan3@gmail.com)

Pembimbing Skripsi: Fadhli Zul Fauzi, M.PA

## ABSTRACT

**Problem/Background (GAP):** Even though West Sumatra has a matrilineal system, women still face significant obstacles in achieving political leadership positions. **Purpose:** To analyze the strategies implemented and challenges faced by female regional head candidates in West Sumatra, with a focus on Regional Head Elections in Cities Padang, Bukittinggi City, and Tanah Datar Regency. **Methods:** Method The method used is qualitative research with a case study approach, which involves in-depth interviews with key informants and analysis of related documents. **Results:** Female regional head candidates implemented various strategies, researchers carried out an analysis by looking at three elements of political marketing, namely *Push Marketing*, *Pass Marketing* and *Pull Marketing*. However, they face big challenges such as the lack of support from political parties, the strong patriarchal paradigm, and the dominance of money politics practices. These findings show that despite obstacles, there are opportunities to increase women's representation through affirmative policies and increased political party support. **Conclusion:** Researchers advise female regional head candidates to build a strong support network, strengthen qualifications and competencies, and change public perceptions about women's ability to lead. Adequate financial support is also very important for success in regional elections. This research contributes to filling the gap in the literature regarding women's representation in politics in West Sumatra and provides practical implications for increasing women's involvement in political leadership.

**Keywords:** Women, Political Strategy, Challenges.

## ABSTRAK

**Permasalahan (GAP):** Meskipun Sumatera Barat memiliki sistem matrilineal, perempuan masih menghadapi hambatan signifikan dalam mencapai posisi kepemimpinan politik. **Tujuan:** Untuk menganalisis strategi yang diterapkan dan tantangan yang dihadapi oleh calon kepala daerah perempuan di Sumatera Barat, dengan fokus pada Pemilihan Kepala Daerah di Kota Padang, Kota Bukittinggi, dan Kabupaten Tanah Datar. **Metode:** Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang melibatkan wawancara mendalam dengan informan kunci serta analisis dokumen terkait. **Hasil/Temuan:** Calon kepala daerah perempuan menerapkan berbagai strategi, peneliti melakukan analisis dengan melihat tiga elemen marketing politik yaitu *Push Marketing*, *Pass Marketing*, dan *Pull Marketing*. Namun, mereka menghadapi tantangan besar seperti kurangnya dukungan partai politik, kuatnya paradigma patriarki, serta dominasi praktik politik uang. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat hambatan, ada peluang untuk meningkatkan keterwakilan perempuan melalui kebijakan afirmatif dan peningkatan dukungan partai politik. **Kesimpulan:** Peneliti menyarankan calon kepala daerah perempuan untuk membangun jaringan dukungan yang kuat, memperkuat kualifikasi dan kompetensi, serta mengubah persepsi masyarakat tentang kemampuan perempuan dalam memimpin. Dukungan finansial yang memadai juga sangat penting untuk keberhasilan dalam Pilkada. Penelitian ini berkontribusi dalam mengisi kesenjangan literatur mengenai keterwakilan perempuan dalam politik di Sumatera Barat dan memberikan implikasi praktis bagi peningkatan keterlibatan perempuan dalam kepemimpinan politik.

**Kata Kunci:** Perempuan, Strategi Politik, Tantangan.

### I. PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kesetaraan gender dalam politik telah menjadi salah satu isu penting di Indonesia, khususnya dalam konteks pemilihan umum dan kepemimpinan politik. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 27 Ayat 1 menegaskan bahwa "segala warga negara bersamaan kedudukannya di dalam hukum dan pemerintahan dan wajib menjunjung hukum dan pemerintahan itu dengan tidak ada kecualinya." Ini menegaskan bahwa setiap warga negara, termasuk perempuan, memiliki hak yang sama dalam hukum dan pemerintahan, termasuk dalam bidang politik.

Sejak dilaksanakannya pemilihan langsung kepala daerah tahun 2005, beberapa perempuan telah berhasil meraih posisi penting seperti Ratu Atut Chosiyah sebagai Gubernur Banten pada 2006, Khofifah Indar Parawansa sebagai Gubernur Jawa Timur pada 2018, dan Tri Rismaharini sebagai Walikota Surabaya pada 2018. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan perempuan dalam politik di Indonesia bukanlah hal baru, namun masih menghadapi banyak tantangan.

Pemerintah Indonesia telah mengesahkan berbagai undang-undang untuk mendorong kesetaraan gender dalam politik, seperti Undang-Undang Nomor 68 Tahun 1958 tentang Pengesahan Konvensi Hak Politik Perempuan dan Undang-Undang Pemilihan Umum Nomor

12 Tahun 2003 yang mengatur keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30% dalam pencalonan anggota legislatif. Meskipun demikian, partisipasi perempuan dalam politik masih rendah, terutama di daerah-daerah dengan budaya patriarki yang kuat.

Budaya patriarki yang masih kuat di banyak daerah di Indonesia, termasuk Sumatera Barat, menempatkan laki-laki pada posisi superior dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk politik. Menurut Yusilia (2014, p. 198), budaya patriarki memberikan pandangan bahwa laki-laki adalah superior, dan hal ini mempengaruhi keterlibatan perempuan dalam politik. Nimrah & Sakaria (2015, p. 175) juga menambahkan bahwa sistem patriarki membuat posisi perempuan dalam masyarakat tidak lebih tinggi dibandingkan laki-laki, yang selalu diposisikan sebagai yang utama dan dominan.

Meskipun ada beberapa perempuan yang berhasil mencalonkan diri dalam pemilihan kepala daerah di Sumatera Barat, seperti Hj. Emma Yohanna pada Pilkada Kota Padang 2013, Ir. Hj. Rahmi Brisma pada Pilkada Kota Bukittinggi 2015, dan Betti Shadiq Pasadigoe pada Pilkada Tanah Datar 2020, mereka belum berhasil meraih posisi eksekutif. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada hambatan signifikan yang dihadapi oleh perempuan dalam mencapai posisi kepemimpinan politik di daerah ini.

Menurut Subono (2012), keterlibatan perempuan dalam proses pembuatan kebijakan memiliki signifikansi penting, terutama dalam hal keadilan dan kesetaraan, serta kepentingan perempuan seperti kesehatan reproduksi dan masalah keluarga. Namun, rendahnya representasi politik perempuan di Indonesia, termasuk di Sumatera Barat, menunjukkan bahwa masih banyak yang perlu dilakukan untuk meningkatkan partisipasi perempuan dalam politik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh calon kepala daerah perempuan di Sumatera Barat, hambatan dan tantangan yang mereka hadapi, serta peluang yang ada untuk meningkatkan keterlibatan perempuan dalam politik. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat diidentifikasi strategi yang lebih efektif untuk mendukung perempuan dalam meraih posisi kepemimpinan politik di masa depan

## **1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP)**

Tantangan masalah dalam penelitian ini adalah dengan rendahnya representasi perempuan dalam posisi kepemimpinan politik di Sumatera Barat, khususnya sebagai kepala daerah, meskipun telah adanya peraturan perundang-undangan yang menunjang kesetaraan gender dalam politik. Meskipun beberapa perempuan telah berhasil mencalonkan diri dalam pemilihan kepala daerah, contohnya Hj. Emma Yohanna, Ir. Hj. Rahmi Brisma, and Betti Shadiq Pasadigoe, namun kenyataannya tidak satu pun yang berhasil meraih posisi eksekutif dan hal ini menjadi bukti bahwa ada tantangan yang signifikan yang dihadapi oleh perempuan

dalam kepemimpinan politik. Tantangan ini bisa bersumber dari budaya patriarki yang kuat, kurang meratanya dukungan dari masyarakat atau hambatan-hambatan spesifik yang dihadapi oleh masyarakat. Oleh sebab itulah penelitian ini penting, bahwa untuk melihat sebuah tindakan sentral yang coba diadopsi oleh calon kepemimpinan perempuan di Sumatera Barat dan mengidentifikasi hambatannya. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan saran bagi para pimpinan masa depan tentang bagaimana mereka bisa mendapatkan posisi yang mereka inginkan.

### **1.3 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini dilakukan tidak lepas dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang pernah ditulis dalam karya ilmiah sebagai bahan perbandingan serta sekaligus menjadi pedoman penulis. Penelitian Deviani berjudul Perempuan dan Politik Di Ranah Minang (Deviani, 2023), menemukan bahwa sejak berdirinya Provinsi Sumatera Barat, belum satupun perempuan yang menjadi kepala daerah. Penelitian ini menganalisis terkait penyebab kurangnya tingkat keterpilihan perempuan sebagai kepala daerah di Sumatera Barat. Penelitian Partini berjudul Glass Ceiling dan Guilty Feeling sebagai Penghambat Karir Perempuan di Birokrasi (Partini, 2013), menemukan bahwa Pertambahan kuantitas pegawai negeri sipil perempuan yang naik secara signifikan, akan tetapi tidak diikuti dengan akses yang terbuka untuk menjadi pejabat publik dan struktural. Penelitian Hadi Machmud Perempuan dan Politik Lokal (Studi Kasus Pemilihan Kepala Daerah Di Sulawesi Tenggara) (Machmud, 2029), Fokus penelitian pada calon peserta perempuan Pilkada di beberapa daerah di Sulawesi Tenggara yang berjumlah 4 orang. Kontestan perempuan pada Pilkada tersebut adalah tokoh pejabat publik di masing-masing daerah nya yang sudah memiliki basis yang kuat dan program kerja yang jelas. Namun, hasil akhir dari Pilkada justru tidak ada calon perempuan tersebut yang terpilih. Penelitian M. Wulandari berjudul Strategi Komunikasi Politik Politisi Perempuan Dalam Membangun Citra Pemimpin Perempuan (Analisis Naratif Gaya Komunikasi Politik Khofifah Indar Parawansa) (Wulandari, 2023), menemukan bahwa Khofifah Indar Parawansa yang diketahui membangun brand identity yang terbangun ada pada Khofifah tidak secara instan, akan tetapi perlu waktu lama agar reputasi didapat dengan baik sehingga brand yang terbangun tidak hanya sekedar identitas akan tetapi mendapatkan simpatisan loyal (brand loyalty) dengan aktif. Gaya komunikasi yang santun dan mendidik juga menjadikan teladan bagi masyarakat Jawa Timur. Penelitian Djohermansyah Djohan, Eva Eviany dan Udaya Majid berjudul Kandidasi dan Kepemimpinan Perempuan Kepala Daerah: Studi Kasus Eva Dwiana Walikota Bandar Lampung (Djohan, 2023), menemukan bahwa meskipun dilatar belakangi oleh suaminya yang merupakan seorang petahana Walikota Bandar Lampung, tetap saja Eva

Dwiana menghadapi persaingan yang tidak mudah untuk dilalui sampai dengan berhasil terpilih. Penelitian Evi Nur Baiti yang berjudul *Pandangan Masyarakat Terhadap Kepemimpinan Kepala Daerah Perempuan Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam (Studi Kasus Daerah Kabupaten Jombang)* (Baiti, 2019). Menemukan bahwa masyarakat tidak menjadikan masalah jika terdapat kepala daerah dari perempuan karena menjadi pemimpin tidak dilihat dari gender akan tetapi profilnya. Dari segi hukum positif, undang-undang tidak melarang untuk perempuan menjadi kepala daerah. Dalam perspektif Islam, terdapat perbedaan pandangan. Tetapi dalam syariat baik tekstual maupun kontekstual tidak memberikan ketentuan secara tegas yang artinya tidak ada larangan bagi perempuan menjadi kepala daerah. Penelitian oleh Mia Novitasari yang berjudul *Kepemimpinan Politik Delapan Kepala Daerah Perempuan: Tarik Ulur Relasi dan Identitas* (Ardiansa, 2021). Penelitian ini membahas setidaknya terdapat tiga kondisi yang membuat perempuan harus melakukan negosiasi identitas gendernya. Pertama, adanya bias tafsir agama terhadap pemimpin perempuan. Kedua, bias dalam pemberitaan media dan juga pandangan masyarakat terkait urusan privat maupun publik kepala daerah. Ketiga, persepsi yang bias gender terhadap perempuan kepala daerah yang memiliki latar belakang kekerabatan yang dianggap tidak memiliki kepemimpinan atau otonomi dalam menentukan kebijakan.

#### **1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah**

Penelitian ini menghadirkan kebaruan ilmiah dengan meneliti strategi kampanye politik perempuan dalam pemilihan kepala daerah di Sumatera Barat, yang tidak dibahas dalam literatur sebelumnya. Berbeda dari studi lain yang fokus pada kendala struktural dan budaya patriarki secara umum, penelitian ini mengeksplorasi pendekatan praktis yang digunakan calon perempuan untuk mengatasi hambatan tersebut dalam konteks budaya dan sosial unik Sumatera Barat. Temuan ini diharapkan menjadi referensi bagi calon perempuan di daerah lain dan berkontribusi pada pengembangan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan representasi perempuan dalam kepemimpinan politik di Indonesia.

#### **1.5 Tujuan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang digunakan oleh calon pemimpin perempuan dalam meraih posisi politik di Provinsi Sumatera Barat serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam proses tersebut. Dengan memahami pendekatan praktis dan hambatan yang dihadapi, penelitian ini berusaha memberikan wawasan yang komprehensif tentang dinamika politik lokal yang mempengaruhi partisipasi perempuan dan menawarkan solusi strategis untuk meningkatkan representasi perempuan dalam kepemimpinan politik di wilayah tersebut.

## II METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan induktif. Analisis data kualitatif adalah proses mengorganisasikan dan menginterpretasi data untuk menemukan pola atau tema yang muncul (Kaelan, 2012). Sugiyono menjelaskan metode deskriptif merupakan suatu metode yang dipakai untuk merepresentasikan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi juga dipakai untuk membuat kesimpulan yang lebih general (Sugiyono, 2013). Analisis data yang dilakukan menggunakan dengan metode kualitatif dengan interpretasi data etik dan emik. Interpretasi etik adalah suatu upaya peneliti dalam menganalisis suatu data berdasarkan pandangan sendiri, sedangkan interpretasi emik adalah upaya peneliti dalam menganalisis data berdasarkan pada pandangan informan. Kemudian peneliti melakukan analisis terhadap kedua informasi tersebut, dengan informasi dan pengetahuan yang diperoleh peneliti di lapangan, dengan mempedomani konsep dan pendapat ilmiah sebagai penunjang dari apa yang telah disampaikan para narasumber disertai dengan literatur yang ada.

## III HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis terkait strategi yang dilakukan oleh calon kepala daerah perempuan di Sumatera Barat dalam mendapatkan kepemimpinan politik. Dari beberapa pilkada yang dilaksanakan, terdapat 3 perempuan yang mencalonkan diri menjadi kepala daerah. Adapun pembahasan dapat dilihat sebagai berikut.

### 3.1 Keterwakilan Perempuan dalam Politik

Di Indonesia terdapat dua masalah utama terkait perempuan dalam politik, yakni rendahnya jumlah Perempuan di ruang politik dan kekurangan platform partai yang secara konkret membela kepentingan perempuan. Konsep yang digunakan peneliti pada penelitian ini yaitu konsep peluang dan tantangan menggunakan teori faktor pendukung dari Teori Utami (Utami, 2001) yang mengatakan terdapat dua poin pendukung seorang perempuan maju dalam Pilkada yaitu affirmative action dan partai politik. Faktor hambatan/tantangan menggunakan Teori Farzana Bari (Bari, 2010) yang mengatakan terdapat dua poin seorang perempuan maju dalam Pilkada yaitu hambatan sosio dan hambatan ekonomi. Alasan peneliti menggunakan ini ialah peneliti merasa teori tersebut dapat membantu peneliti dalam mendeskripsikan strategi para calon kepala daerah perempuan di Sumatera Barat.

### 3.2 Strategi Calon Kepala Daerah Perempuan Di Provinsi Sumatera Barat

Studi kasus ini fokus pada Pilkada Kota Padang tahun 2013, Pilkada Kota Bukittinggi tahun 2015, dan Pilkada Kabupaten Tanah Datar tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh calon kepala daerah perempuan di Sumatera Barat *depending on the specific context of each election*. Namun, beberapa strategi kunci yang berkontribusi pada suara mereka termasuk membangun koalisi yang kuat, memanfaatkan jaringan relawan, fokus pada isu-isu yang relevan dengan perempuan dan masyarakat, membangun personal branding yang kuat, dan memanfaatkan media sosial.

### **3.2.1 Strategi Hj. Emma Yohanna Pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Padang Tahun 2013**

Temuan terkait strategi calon kepala daerah Perempuan berdasarkan pada hasil penelitian. Dalam menganalisis, peneliti mengaitkan strategi calon dengan teori *marketing* politik Adman Nursal (2004).

#### **a. Strategi *Push Marketing***

Strategi *Push Marketing* pada dasarnya bertujuan untuk menjadikan produk politik, yaitu Calon Kepala Daerah itu sendiri, dapat mencapai para pemilih secara langsung atau dengan cara yang lebih personal dan disesuaikan. Strategi ini melibatkan kegiatan kampanye seperti melakukan kunjungan *door to door*, mengadakan pertemuan besar, menghadiri acara keagamaan, melakukan kegiatan bakti sosial, dan lain sebagainya. Pendekatan ini menjadi salah satu faktor yang mendukung Emma Yohanna dalam meraih suara sebagai Calon Walikota Padang tahun 2013.

Strategi Emma Yohanna sebagai calon Walikota Padang didukung dengan adanya *Push Marketing*. Terbukti dengan turun langsung kemasyarakat membuat Emma Yohanna mendapatkan banyak suara pada Pilkada Kota Padang 2013. Masyarakat juga merasakan bahwa dengan strategi turun langsung ini, keluhan dan aspirasi mereka terasa diterima oleh calon sehingga muncul kepercayaan masyarakat kepada calon.

#### **b. Strategi *Pass Marketing***

*Pass Marketing* adalah strategi dimana produk politik, baik itu calon atau partai, disampaikan kepada pemilih melalui perantara pihak ketiga yang dianggap memiliki kemampuan memengaruhi opini masyarakat. Masyarakat masih kurang mengenali program-program dari Calon Walikota Perempuan. Emma Yohanna berkolaborasi dengan berbagai komunitas di Sumatera Barat, termasuk dalam bidang pendidikan, agama, sosial budaya, ekonomi, dan seni. Kerja sama ini menjadi salah satu faktor yang mendukung karena memungkinkan pengenalan dirinya kepada masyarakat dan penyampaian program-programnya menjadi lebih mudah. Meskipun Emma Yohanna cukup dikenal masyarakat, hasil

penelitian menunjukkan bahwa masyarakat masih kurang mengenali program-program dari Calon Walikota Perempuan tersebut.

c. Strategi *Pull Marketing*

Emma Yohanna menggunakan strategi *Pull Marketing* dalam kampanyenya, yang melibatkan media tanpa membayar (*free media*) seperti koran lokal dan televisi regional, serta media berbayar (*paid media*) seperti Padang TV, TVRI Sumbar, Harian Singgalang, Haluan Koran Padang, dan Padang Ekspres. Media tanpa membayar meningkatkan kredibilitas informasi, meskipun tanpa kontrol atas isi berita. Media berbayar memberi kontrol lebih besar atas pesan yang disampaikan. Emma sering menggunakan warna pink dalam kampanye untuk melambangkan femininitas, terlihat pada foto profil, materi kampanye, spanduk, kalender, tas jinjing, dan pakaiannya saat pemungutan suara.

### 3.2.2 Strategi Rahmi Brisma Pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Bukittinggi Tahun 2015

a. Strategi *Push Marketing*

Dalam pemasaran produk politik, tim relawan berperan penting dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat dan memastikan produk politik sesuai dengan kebutuhan mereka. Strategi *door to door* yang digunakan membantu membangun ikatan emosional dan kepercayaan jangka panjang dengan pemilih. Meskipun efektif, strategi ini membutuhkan waktu yang cukup lama untuk dilaksanakan.

b. Strategi *Pass Marketing*

Setelah melakukan periklanan, langkah selanjutnya dalam mempromosikan kandidat adalah melalui publikasi untuk membentuk citra positif di mata masyarakat dan menarik perhatian pemilih. Tim relawan menggunakan pendekatan persuasif untuk meyakinkan pemilih dengan citra baik kandidat. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa tim relawan Harma-Rahmi tidak hanya mempublikasikan informasi positif tentang kandidat mereka, tetapi juga melakukan publikasi negatif tentang petahana nomor urut 5. Strategi ini berhasil menurunkan citra petahana yang sebelumnya kuat pada Pilkada 2010 dan meningkatkan elektabilitas Harma-Rahmi secara signifikan, menghasilkan perolehan suara sebesar 10,46% pada Pilkada Kota Bukittinggi.

c. Strategi *Pull Marketing*

Pasangan calon Harma-Rahmi menggunakan strategi *Pull Marketing* dalam kampanye mereka melalui media elektronik, cetak, dan media sosial. Mereka memanfaatkan slogan, jargon, dan penjelasan program untuk promosi. Kampanye dievaluasi melalui iklan dan publikasi. Harma-Rahmi menggunakan iklan untuk menyampaikan informasi langsung kepada



masyarakat. Media cetak seperti pamflet, stiker, dan profil kandidat disebarakan oleh tim relawan saat sosialisasi door to door untuk meningkatkan kesadaran dan motivasi pemilih.

### **3.2.3 Strategi Betti Shadiq Pasadigoe Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tanah Datar Tahun 2020**

#### **a. Strategi *Push Marketing***

Betti Shadiq Pasadigoe menggunakan strategi *Push Marketing* untuk memperluas pasar dan basis dukungannya. Strategi ini sudah biasa diterapkan sejak mendampingi suaminya sebagai Bupati Tanah Datar. Meski masyarakat sudah mengenal Betti, ia terus menggunakan strategi ini, terbukti sukses saat mencalonkan diri menjadi anggota legislatif. Betti melatih tim relawan untuk pendekatan persuasif yang intensif, menjelaskan keunggulannya dibandingkan kandidat lain, dan meyakinkan pemilih untuk memilihnya. Ini membuat kampanye efektif dan dapat menjangkau seluruh masyarakat Tanah Datar.

#### **b. Strategi *Pass Marketing***

Pada Pilkada Kabupaten Tanah Datar tahun 2020, Betti Shadiq merangkul beberapa simpatisan untuk membangun komunikasi politik dengan masyarakat Tanah Datar. Membangun komunikasi politik sangat penting dalam kontestasi Pilkada. Komunikasi yang buruk akan sangat merugikan calon yang diusung. komunikasi dengan tokoh-tokoh masyarakat dilakukan oleh Betti ini sangat penting untuk membangun kedekatan dengan masyarakat, dapat menjadi dasar dalam menyusun program pemerintahan yang lebih baik, penting untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan masyarakat dan untuk memperoleh dukungan masyarakat dan menjalankan pemerintahan yang lebih baik sehingga dapat menambah keyakinan masyarakat untuk menetapkan pilihan terhadap Betti Shadiq.

#### **c. Strategi *Pull Marketing***

Betti Shadiq Pasadigoe menggunakan strategi *Pull Marketing* untuk menciptakan citra positif dan menarik dukungan pemilih secara sukarela. Ia mengoptimalkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk berbagi informasi tentang program dan visi kampanye. Tim kampanye Betti menyelenggarakan pertemuan terbuka dan forum diskusi untuk menjelaskan program-programnya secara rinci kepada masyarakat, membangun pemahaman dan dukungan yang kuat. Untuk menarik pemilih muda, Betti menggelar acara publik seperti konser musik, kegiatan sosial, turnamen olahraga, dan pameran bazar, yang dirancang untuk membangun koneksi emosional dan atmosfer positif. Melalui strategi ini, Betti berhasil menciptakan momentum positif dan memperkuat dukungan dari masyarakat Tanah Datar.

### 3.2.3 Analisis Strategi Calon Kepala Daerah Perempuan di Sumatera Barat

	<i>Push Marketing</i>	<i>Pull Marketing</i>	<i>Pass Marketing</i>
Definisi	Strategi pemasaran di mana kampanye politik secara aktif mendorong pesan dan informasi kepada pemilih tanpa menunggu permintaan dari konsumen	Strategi pemasaran di mana kampanye politik berfokus pada membangun citra dan merek kandidat sehingga pemilih secara aktif mencari informasi tentangnya.	<i>Pass Marketing</i> melibatkan kampanye politik di mana kandidat bergantung pada reputasi dan rekomendasi dari pihak lain untuk menarik pemilih.
Karakteristik	Penekanan pada upaya promosi dan penjualan langsung kepada pemilih melalui berbagai kegiatan kampanye yang proaktif.	Penekanan pada membangun citra yang kuat dan menarik untuk menarik pemilih ke arah kandidat	Penekanan pada membangun reputasi yang kuat dan diakui serta memanfaatkan dukungan dari pihak-pihak lain.
Implementasi	Dilakukan melalui pertemuan publik, acara bakti sosial, dan distribusi bahan promosi di tempat-tempat strategis. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pengaruh kandidat di antara pemilih.	Dilakukan melalui penggunaan iklan yang menarik, konten media sosial yang berkualitas, dan kegiatan promosi yang menarik perhatian publik. Tujuannya adalah untuk membuat kandidat menjadi pilihan yang diinginkan oleh pemilih.	Dilakukan melalui dukungan dari tokoh masyarakat, rekomendasi dari tokoh agama, atau testimoni dari masyarakat. Tujuannya adalah untuk memanfaatkan kepercayaan dan reputasi yang sudah ada untuk memengaruhi pemilih.

Sumber: Penulis, 2024

### 3.3 Tantangan yang Ditemukan dalam Menghadirkan Pemimpin Politik Perempuan di Sumatera Barat

Menghadirkan pemimpin politik perempuan di Sumatera Barat tidaklah mudah karena berbagai tantangan yang perlu diatasi. Dari dinamika politik lokal hingga ekspektasi masyarakat yang tinggi, proses ini melibatkan berbagai faktor yang harus dipertimbangkan secara cermat dan strategis. Sebelum membahas tantangan, perlu untuk mengkaji terlebih dahulu peluang perempuan untuk menjadi pemimpin di Sumatera Barat.

#### 3.3.1 Peluang Perempuan untuk Menjadi Pemimpin Politik

##### 1. Affirmative Action

Kebijakan afirmasi (affirmative action) terhadap perempuan dalam bidang politik di Indonesia dimulai dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2003 tentang Pemilu DPR, DPD, dan DPRD. Upaya peningkatan keterwakilan perempuan dilakukan dengan memberikan ketentuan agar partai politik peserta Pemilu memperhatikan keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30% dalam mengajukan calon anggota DPR, DPD, dan DPRD. Pasal 65 ayat (1) Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2003 menyatakan “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%”.

## **2. Partai Politik**

Partai politik memiliki peran signifikan dalam proses pemilihan kepala daerah. Partai politik mencalonkan kandidat dan memberikan dukungan politik, sumber daya, dan finansial. Hidayat dari PAN menyatakan bahwa Partai politik sudah terorganisir rapi untuk mendukung calon seperti Betti. Dukungan partai politik memberikan keuntungan strategis bagi calon dalam kampanye dan persaingan politik.

Emma Yohanna juga menyebutkan bahwa dirinya mendapatkan dukungan penuh dari Partai Golkar dan PBB sebagai kandidat perempuan dengan adanya affirmative action. Partai politik berfungsi sebagai kendaraan menuju Pilkada, namun yang terpenting adalah eksistensi dan dukungan dari masyarakat. Yenni, seorang warga Bukittinggi, menyatakan bahwa partai hanya sebagai alat, namun figur calon kepala daerah yang disukai masyarakat lebih menentukan.

Rahmi Brisma juga menyatakan bahwa dukungan dari partai Nasdem dan Golkar memotivasinya untuk maju sebagai calon wakil walikota Bukittinggi, meskipun PAN, partainya sendiri, mengusung calon lain.

### **3.3.2 Hambatan dalam Menghadirkan Pemimpin Politik Perempuan**

#### **1. Hambatan Sosio Budaya**

Salah satu hambatan utama adalah pandangan masyarakat yang masih menilai bahwa perempuan tidak seharusnya terjun dalam politik dan sebaiknya mengurus urusan domestik keluarga. Budaya patriarki yang masih kental di Sumatera Barat menjadikan perempuan sulit diterima sebagai calon kepala daerah.

#### **2. Hambatan Ekonomi**

Hambatan ekonomi juga memainkan peran besar dalam proses Pilkada. Modal ekonomi yang rendah mengakibatkan perempuan sulit untuk menang dalam kampanye,

terutama karena *money politics* yang masih berkembang di tengah masyarakat. Kurangnya finansial dan eksistensi calon pasangan lain yang kuat menjadi hambatan bagi calon perempuan untuk bersaing dalam Pilkada. Pandangan masyarakat tentang kemampuan perempuan dalam politik juga menjadi tantangan besar.

### 3.4 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Temuan ilmiah dari penelitian ini yang menganalisis strategi dan tantangan tiga calon kepala daerah perempuan di Sumatera Barat menunjukkan bahwa strategi *Push Marketing* dominan digunakan oleh Hj. Emma Yohanna, Ir. Hj. Rahmi Brisma, dan Betti Shadiq Pasadigoe, dengan fokus pada interaksi langsung dengan masyarakat. Penelitian ini juga mengungkapkan hambatan sosio-budaya dan ekonomi yang signifikan, seperti pandangan patriarki yang kuat dan keterbatasan finansial. Sebagai perbandingan, penelitian sebelumnya yang hanya membahas satu calon perempuan sering kali memberikan pandangan yang lebih terbatas dan tidak mengkaji berbagai strategi dan tantangan dalam konteks yang lebih luas. Dengan membandingkan tiga calon di tiga lokasi yang berbeda, penelitian ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan menunjukkan bagaimana berbagai faktor lokal dan strategi berbeda dapat memengaruhi peluang dan tantangan perempuan dalam politik, memberikan wawasan yang lebih mendalam dibandingkan penelitian terdahulu yang fokus pada satu calon saja.

## IV KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi *Push Marketing* dominan digunakan oleh calon kepala daerah perempuan di Sumatera Barat, seperti Hj. Emma Yohanna, Ir. Hj. Rahmi Brisma, dan Betti Shadiq Pasadigoe. Mereka aktif turun langsung ke masyarakat dan memanfaatkan berbagai jenis media, termasuk media konvensional dan media sosial. *Pass Marketing*, yang melibatkan tokoh masyarakat terkenal, diidentifikasi sebagai kelemahan karena dapat menimbulkan penolakan berbasis stereotipe gender. Tantangan utama yang dihadapi meliputi hambatan sosio-budaya, seperti pandangan patriarki yang menganggap laki-laki lebih pantas memimpin, dan hambatan ekonomi, yaitu keterbatasan finansial yang menghambat calon perempuan dalam bersaing dengan calon laki-laki. Penelitian ini menyoroti perlunya strategi yang lebih inklusif untuk meningkatkan representasi perempuan dalam politik lokal di Sumatera Barat.

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, terutama karena Pilkada yang dijadikan studi kasus telah berlalu sehingga akses untuk mendapatkan data terbatas.

**Arah Masa Depan Penelitian (*future work*).** Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan dengan memperdalam fokus penelitian.

## **V. UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih serta penghargaan sebesar besarnya kepada Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Barat, seluruh dosen pengajar, pembimbing dan penguji dan juga seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini.

## **VI. DAFTAR PUSTAKA**

- Ardiansa, Dirga & Novitasari, Mia. (2021). *Kepemimpinan Politik Delapan Kepala Daerah Perempuan: Tarik Ulur Relasi dan Identitas*.
- Bari, F. (2010). *Partisipasi Perempuan dalam Politik dan Pemerintah*. Jakarta: UNDP Indonesia.
- Deviani, Devi & Subono, Nur. (2022). Perempuan dan Politik di Ranah Minang. *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia (JISI)*. 3. 10.15408/jisi.v3i1.26018.
- Djohan, Djohermansyah Et Al. 2022. "Kandidasi Dan Kepemimpinan Perempuan Kepala Daerah: Studi Kasus Eva Dwiana Walikota Bandar Lampung." *Lembaga Riset Dan Pengkajian Strategis Pemerintahan* 8 (5): 55.
- Evi Nur Baiti, (2019) *Pandangan Masyarakat Terhadap Kepemimpinan Kepala Daerah Perempuan Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam ( Studi Kasus Daerah Kabupaten Jombang )*.
- Kaelan, 2012, *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner Bidang Sosial, Budaya Filsafat, Seni, Agama, dan Humaniora* Penerbit Paradigma, Yogyakarta.
- Machmud, Hadi. (2019). Perempuan Dan Politik Lokal (Studi Kasus Pemilihan Kepala Daerah Di Sulawesi Tenggara). *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*. 14. 91. 10.31332/Ai.V14i1.1273.
- Nimrah, N., & Sakaria, S. (2015). *Pengaruh Patriarki Terhadap Keterlibatan Perempuan dalam Politik di Indonesia*.
- Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing: Strategi Menenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPD, DPRD*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Partini. 2013. "*Glass Ceiling dan Guilty Feeling* sebagai Penghambat Karir Perempuan di Birokrasi." *Jurnal Komunitas – Research & Learning in Sociology and Anthropology*.

Subono, N. I. (2012). Signifikansi Keterlibatan Perempuan dalam Pembuatan Kebijakan.

Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Utami. (2001). Perempuan Politik di Parlemen. Gama Media: Yogyakarta.

Wulandari, Maulina & Zahro, Maharina & Sujoko, Anang. (2022). Strategi Komunikasi Politik Politisi Perempuan Dalam Membangun Citra Pemimpin Perempuan (Analisis Naratif Gaya Komunikasi Politik Khofifah Indar Parawansa). Jurnal Interaktif. 14. 26-49. 10.21776/ub.interaktif.2022.014.01.4.

Yusilia, A. (2014). Pengaruh Budaya Patriarki Terhadap Ketidaksetaraan Gender.

