
STRATEGI PEMENANGAN CALON BUPATI DAN WAKIL BUPATI PEREMPUAN PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN MUSI RAWAS TAHUN 2020

Ayu Wahyuni^a, Irma Nesah^b, Risky Nurhasanah^c, Maharani^d

^{a b c d}Ilmu Politik, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

E-mail: irmanesah218@gmail.com

ABSTRAK

Strategi pemenangan calon Bupati dan Wakil Bupati perempuan yaitu rencana yang telah dipersiapkan oleh tim pemenangan secara matang dalam kurun waktu yang lama untuk mensukseskan suatu pemilihan umum guna menuju suatu kemenangan. Penelitian ini tentang strategi pemenangan Bupati dan Wakil Bupati Perempuan dalam Pilkada Kabupaten Musi Rawas tahun 2020. Ratna Mahmud dan Suwarti merupakan Bupati dan Wakil Bupati terpilih pada pilkada 2020 dan merupakan satu-satunya kepala Daerah dipimpin oleh perempuan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi kampanye apa yang digunakan oleh Ratna Mahmud dan Suwarti dalam Pilkada di Kabupaten Musi Rawas tahun 2020 dan bagaimana mereka menjalankan marketing politik dalam pilkada Musi Rawas tahun 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif. Sumber data penelitian meliputi sumber data primer dan sekunder alat dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Uji validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Data penelitian yang telah terkumpul kemudian dianalisis meliputi pengumpulan data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemenangan Ratna Mahmud dan Suwarti yaitu dengan melakukan kampanye dialogis, melakukan kampanye di media sosial dan media konvensional, dan melakukan kampanye door to door. Dan selain itu Ratna Mahmud dan Suwarti memiliki tim yang solid dan mendapat dukungan dari masyarakat Kabupaten Musi Rawas.

Kata Kunci: *Strategi Pemenangan, Pemilihan Calon Bupati dan Wakil Bupati*

WINNING STRATEGY OF CANDIDATES FOR REGENT AND REPRESENTATIVE WOMEN REGENT IN HEADELECTION MUSI DISTRICT AREA 2020

ABSTRACT

The winning strategy for female Regent and Deputy Regent candidates is a plan that has been carefully prepared by the winning team over a long period of time to make a general election a success. This research is about the strategy of winning the Regent and Deputy Regent of Women in the Regional Election of Musi Rawas Regency in the 2020. Ratna Mahmud and Suwarti are Regents and Deputy Regents elected in the 2020 Pilkada and are the only regional head led by women. The purpose of this study was to find out what campaign strategy was used by Ratna Mahmud and Suwarti in the elections in Musi Rawas Regency in 2020 and how they carried out political marketing in the elections of Musi Rawas in 2020. This study used a qualitative method approach. Sources of research data include primary and secondary data sources, data collection tools and techniques using interview and documentation. Test the validity of the data in this study using source triangulation techniques. The research data that has been collected is then analyzed including data collection, data presentation, and conclusions or verification. The results showed that Ratna Mahmud and Suwarti's winning strategy was by conducting a dialogical campaign, conducting campaigns on social media and conventional media, and conducting door to door campaigns and besides that, Ratna Mahmud and Suwarti have a solid team and have the support of the people of Musi Rawas Regency

Kata Kunci: *Winning Strategy, Election of Candidates for Regent and Deputy Regent*

* Corresponding Author. Tel: Irma Nesah
E-mail: Irmanesah218@gmail.com

PENDAHULUAN

Demokrasi merupakan sebuah sistem yang banyak diterapkan oleh berbagai Negara di belahan Dunia berangkat dari asumsi bahwa kedaulatan berada ditangan rakyat yang ditentukan oleh suara mayoritas. Sebelum masa reformasi di Indonesia demokrasi belum berjalan dengan baik, dibuktikan dengan banyaknya pemilihan umum yang dilakukan terdapat kecurangan-kecurangan, intervensi dari pemerintah dan diskriminasi terhadap perempuan.

Politik dinormakan secara luas untu mampu melibatkan peran dan partisipasi perempuan pada proses di dalamnya terlebih lagi di dalam sistem demokrasi yang berkembang di banyak negara saat ini termasuk Indonesia, demokrasi mengutamakan terwujudkannya kekuasaan di tangan rakyat, persoalan struktural yang kita temui ketika bicara kekuasaan rakyat adalah fakta bahwa tetap ada relasi kuasa yang tidak setara diantara unsur-unsur sosial yang ada.

Salah satu ketidaksetaraan kuasa yang serius dan fundamental dalam kebanyakan masyarakat melibatkan posisi dan relasi kuasa terhadap kaum perempuan. Ideal dari kekuasaan yang demokratis adalah hadirnya negara yang baik dengan masyarakat sipilnya yang kuat. Peran masyarakat sipil sangat penting untuk mengawasi kekuasaan negara agar mampu menjamin kesejahteraan yang adil bagi warganya. Peran masyarakat sipil dalam hal ini tentunya.

Melibatkan keikutsertaan laki-laki dan perempuan secara seimbang. Permasalahan yang muncul kemudian adalah masih buruknya keseimbangan peran politik antara laki-laki dan perempuan tersebut. Di Indonesia juga di atur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.7 tahun 1984, tentang Pengesahan Konvensi Mengenai Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi Terhadap Wanita (Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination

Againts Women), Indonesia melaksanakan perbuatan hukum mengikat diri pada perjanjian internasional, menciptakan kewajiban dan akuntabilitas Negara untuk memberikan penghormatan, pemenuhan, perlindungan hak asasi perempuan, dan penghapusan segala bentuk diskriminasi terhadap perempuan.

Adanya Hak Asasi Manusia (HAM) membuat manusia memiliki kedudukan yang sama dimata hukum (equality before the law), di samping itu John Locke menjelaskan bahwa Hak Asasi Manusia ialah hak-hak yang langsung di berikan Tuhan yang Esa kepada manusia sebagai hak yang kodrati, oleh karenanya tidak ada kekuatan apapun di dunia yang bisa mencabutnya, Hak Asasi Manusia ini sifatnya fundamental atau medasar bagi kehidupan manusia dan padahakikatnya sangat suci.

Hak Asasi Perempuan menjadi bagian dari penegakan Hak Asasi Manusia. Sesuai dengan Komitmen Internasional dalam Deklarasi Perserikatan Bangsa-Bangsa tahun 1993 maka segala perlindungan mengenai perempuan menjaditanggung jawab semua pihak baik lembaga negara (Eksekutif, Legislatif dan Yudikatif), Partai politik maupun Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Hak Asasi Perempuan menjadi salah satu instrumen yang harus ditegakkan karena dari berbagai macam kajian terkait dengan perempuan sangat jelas bahwa lebih banyak perempuan mengalami diskriminasi dan kekerasan dari pada laki-laki.

Selain jumlah keterwakilan perempuan dalam lembaga legislatif atau pun pencalonan kepala daerah, kualitas dan kredibilitas kaum perempuan juga masih sering dilakukan, kaum perempuan sering kali dianggap tidak mampu untuk bersaing dengan laki-laki. Dengan harapan untuk meningkatkan keterwakilan perempuan semakin menguat dengan kaluarnya Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Partai Politik. Undang-Undang tersebut telah mewajibkan bahwa

kepengurusan dalam tiap partai politik harus mencakup 30 persen perempuan.

Partisipasi perempuan dalam proses politik pemilihan kepala daerah (pilkada) masih rendah. Jumlah dan keterpilihan perempuan belum banyak dalam pilkada. Di Indonesia, perempuan yang terpilih sebagai gubernur, bupati, dan wakil kepala daerah masih sedikit. Berdasarkan data komisi pemilihan umum (KPU) di tingkat daerah, hanya 46 orang perempuan pemenang Pilkada Serentak di 264 daerah (KPU RI, 2015). Dalam Pilkada 2015 ini, hanya 45 daerah yang melahirkan perempuan pemimpin, yakni di 39 kabupaten dan 6 kota. Ada 24 orang perempuan yang terpilih sebagai kepala daerah, dan 22 orang perempuan yang terpilih sebagai wakil kepala daerah.

Angka ini terlampau kecil, hanya 17 persen, bila dibandingkan dengan banyak daerah yang dimenangkan laki-laki. Jika dibandingkan dengan jumlah kepala dan wakil kepala daerah yang memenangkan pilkada, ada 46 perempuan dari 528 orang atau 8,7 persen yang memenangkan Pilkada di 264 daerah. Keterpilihan perempuan calon kepala daerah tak mencapai separuh dari jumlah pencalonan. Berdasarkan data tersebut, hanya 46 perempuan kepala daerah yang terpilih dari 124 perempuan yang mencalonkan diri sebagai kepala daerah. Angka tersebut menunjukkan keterpilihan perempuan hanya mencapai 37,1 persen, jadi tidak sampai separuhnya.

Mereka menang dengan perolehan suara rata-rata 57,44 persen. Sementara dalam keterpilihan wakil kepala daerah, 33,33 persen perempuan terpilih sebagai wakil kepala daerah (22 dari 66 perempuan yang mencalonkan diri). Rata-rata kemenangannya berada di kisaran 44,57 persen (Perludem, 2015). Perempuan kepala daerah terpilih didominasi oleh petahana dan kader partai, sekitar 12 dari 24 perempuan (50 persen). Jumlah ini paling banyak dibanding dengan latar belakang lain, seperti

perempuan kepala daerah ter pilih yang berlatar belakang mantan anggota DPR/DPRD/DPD.

Provinsi Sumatra Selatan terdiri dari 17 Kabupaten/Kota dan di tahun 2020 ada 7 daerah yang mengikuti pilkada serentak di Sumsel. Yang mana kabupaten yang mengikuti pilkada serentak yaitu Kabupaten Ogan Ilir, Kabupaten Penukal Abab Lemang Ilir, Kabupaten Musi Rawas, Kabupaten Musi Rawas Utara, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan, dan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.

9 Dari ketujuh Kabupaten tersebut hanya di kabupaten Musi Rawas calon kepala daerah dan wakil kepala daerahnya perempuan yang mana kedua perempuan ini maju dengan didukung oleh 9 partai yang mana partai-partai tersebut yaitu Gerindra, Golkar dan PAN merupakan partai pengusung paslon, sementara enam partai lain merupakan partai non parlemen yakni Perindo, PSI, PPP, PKPI, Garuda dan Gelora menyatakan diri masuk dalam koalisi Ramah - Berarti (Ratna-Suwarti).

Penelitian di atas dilakukan berdasarkan atas banyaknya bermunculan caleg (Calon Legislatif) yang tidak mendengar aspirasi masyarakat dan kurangnya perhatian caleg perempuan terhadap masyarakat sehingga masyarakat kurang untuk memilihnya dan muncullah sikap tidak peduli masyarakat terhadap caleg yang lain, sedangkan penelitian ini dilakukan karena adanya ketidak sesuaian dimana pilkada di Kabupaten Musi Rawas petahana tumbang dikalahkan oleh calon bupati dan wakil bupati perempuan.

Kabupaten Musi Rawas sendiri dan secara umum system hukum adat juga di pengaruhi dengan system kekerabatan. Adapun system kekerabatan yang dimaksud adalah Patrilineal, Matrilineal dan Parental. Dari ketiga system kekerabatan itu, mayoritas masyarakat Indonesia menganut sistem yang ketiga. Di daerah Sumatra

Selatan lebih tepatnya di Kabupaten Musi Rawas adatnya masih di lestarikan oleh anggotanya, masyarakat adat biasa di sebut penduduk pribumi dan masyarakat di Musi Rawas ini menganut system kekerabatan Partilineal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kabupaten Musi Rawas karena Kabupaten ini merupakan daerah dimana pasangan Ratna Mahmud – Suwarti memperoleh kemenangan. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi (*inqiry*) yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, symbol, maupun deskripsi, tentang suatu fenomena, focus, dan multi metode, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara dan sajian yang naratif.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan suatu objek secara langsung. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat di peroleh yaitu, data yang di peroleh langsung (responden) dari lapangan, intrumen yang digunakan oleh peneliti yaitu pedoman wawancara dan juga data diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi merupakan sebuah rencana penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang dan arah tindakan yang mengenai kegiatan untuk mencapai kesuksesan. Sedangkan pemenangan merupakan suatu proses yang dilakukan oleh perseorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mencapai kemenangan. Dengan demikian strategi pemenangan yaitu suatu rencana yang cermat yang disusun oleh kandidat yang memiliki tujuan untuk mencapai kemenangan atau sasaran yang ditentukan dalam pemilihan kepala daerah. Strategi pemenangan dalam pemilihan ini sangat diperlukan demi tercapainya apa yang menjadi kepentingan suatu elit. Strategi pemenangan adalah sebuah cara yang telah dipahami dan disusun terlebih dahul uuntuk merealisasikan

cita-cita politik yang digunakan untuk perubahan jangka Panjang.

Strategi pemenangan merupakan strategi atau teknik yang digunakan untuk mewujudkan suatu cita-cita politik. Untuk memenangkan suatu pemilihan kepala daerah dibutuhkan upaya-upaya yang harus di tempuh dan strategi yang sistematika dan strategis. Strategi pemenangan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah strategi kampanye pemenangan pasangan Ratna Mahmud Suwarti sebagai pasangan Bupati dan Wakil Bupati terpilih pada pemilihan kepala daerah tahun 2020.

a. Kampanye Politik

Pemilihan Kepala Daerah pada tahun 2020 ini dilaksanakan pada masa pandemi covid-19, dimana ada aturan-aturan terbatas yang harus dilaksanakan dalam melakukan kampanye di tengah-tengah pandemi seperti yang sudah diatur di dalam PKPU No. 13 Tahun 2020. Dimana di dalam PKPU No. 13 Tahun 2020 dilarangnya melakukan kampanye akbar seperti mengadakan konser musik, panen raya, ulang tahun partai politik, dan sebagainya, dalam melakukan kampanye di tengah pandemi disarankan untuk melalui media sosial, namun apabila tidak memungkinkan bisa melakukan pertemuan tatap muka didalam suatu ruangan yang di hadiri maksilam 50 persen sudah termasuk calon bupati/wakil bupati, juru kampanye, peserta, maupun tim pemenangan serta harus menyediakan dan menggunakan protokol kesehatan seperti masker dan alat cuci tangan.

Sesuai dengan praturan PKPU No. 13 tahun 2020, maka Ratna Mahmud-Suwarti menyesuaikan strategi kampanye mereka dengan melakukan kampanye dialogis. Jika biasanya dapat dilaksanakan dengan jumlah pererta hingga 100 orang, maka dimasa pandemi covid-19 ini, kampanye dialogis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kampanye yang dilakukan dengan cara bertanya jawab. Ratna Mahmud-Suwarti datang dan bertemu secara langsung dengan masyarakat di dalam suatu ruangan yang telah dipersiapkan oleh timrelawan. Sebelum kampanye dialogis dimulai, peserta kampanye terlebih dahulu mengisi daftar hadir yang telah di sediakan oleh tim relawan dan kemudian melakukan pengecekan suhu, namun pada saat kampanye dialogis ibu Ratna Mahmud

tidak bisa hadir karna masih dalam masa isolasi karna terpapar covid-19. Sebagaimana yang dikatakan oleh tim relawan kecamatan Tugumulyo bahwa:

“Untuk tempat pelaksanaan kampanye dialogis, kita tim relawan sebelumnya berkoordinasi dulu dengan masyarakat. Setelah menemukan tempat yang bisa digunakan untuk kampanye dialogis, kita segera menyediakan fasilitas cuci tangan, alat pengukur suhu, dan daftar hadir. Peserta yang hadir harus mengisi daftar hadir, yang nantinya daftar hadir tersebut akan difoto oleh panwaslu dan kepolisian, kemudian panwaslu akan menghitung jumlah peserta. Jika lebih dari limapuluh, maka kampanye akan di bubarkan. Dan saat dalam ruangan jarak duduk antar peserta kita atur agar tidak terlalu rapat satu dengan yang lainnya”

Di dalam ruangan yang diisi oleh 50 orang itu, ibu Suwarti akan menyampaikan dan memperkenalkan diri mereka kepada masyarakat yang hadir, mereka akan menyampaikan apa saja visi dan misi serta program yang akan mereka kerjakan jika terpilih menjadi bupati dan wakil bupati Kabupaten Musi Rawas selanjutnya. Selain menyampaikan visi, misi, dan program, ibu Radna Mahmud akan bertanya dan meminta kepada masyarakat untuk menyebutkan apa-apa saja yang mereka butuhkan, mereka akan sharing dan mendengarkan aspirasi-aspirasi dari masyarakat.

Sebagaimana hasil wawancara penulis dengan ketua tim koalisi Kecamatan Tugumulyo bahwa:

“Kampanye kemarin itu dibatasi pesertanya di dalam satu ruangan itu hanya 50 peserta, sudah termasuk calon bupati atau wakil bupati, juru kampanye, maupun tim pemenangan. Jadi dikarenakan adanya pembatasan 50 peserta dalam satu ruangan dimana itu hanya satu pertemuan, jadi strategi yang kami lakukan ini menambah jumlah titik pertemuan dengan masyarakat, hingga jumlah titik pertemuan paslon 1 itu terbanyak jika dibandingkan paslon lainnya. Ada sekitar 620an titik pertemuan yang tercatat dan sesuai jadwal kampanye, belum lagi dihitung dengan pertemuan yang tidak tercatat dan sesuai dengan jadwal kampanye”.

Kampanye dialogis merupakan kampanye yang efektif digunakan selama masa kampanye di masa covid, dikarenakan berdasarkan aturan kampanye KPU yang terbaru melarang untuk dilaksanakannya kampanye secara akbar dan hanya memperbolehkan untuk dilaksanakannya kampanye tatap muka dengan kapasitas maksimal 50 orang dalam satu tempat atau ruangan. Kampanye dialogis ini menurut penulis juga efektif digunakan calon bupati perempuan dimana mereka juga sangat leluasa dan bisa mendengar langsung aspirasi masyarakat dan apa yang diinginkan oleh masyarakat. Karena dengan melaksanakan kampanye dialogis paslon dapat menanyakan dan mengajak langsung masyarakat untuk diskusi apa saja persoalan-persoalan yang sedang dihadapi oleh masyarakat setempat dan apa saja harapan masyarakat agar paslon dapat mengambil kebijakan-kebijakan persoalan dan harapan yang telah disampaikan masyarakat.

b. Kampanye Media

Selain menggunakan metode kampanye dialogis, Ratna Mahmud Suwarti beserta tim pemenangannya juga menggunakan metode media sebagai alat kampanye mereka. Media merupakan suatu sarana komunikasi maupun promosi kepada masyarakat yang tidak bisa mereka jangkau selama melaksanakan kampanye dialogis terutama pada masa pandemi covid-19 yang mengharuskan melakukan pembatasan sosial. Media yang digunakan oleh Ratna Mahmud-Suwarti selama masa kampanye adalah media konvensional dan media massa, dimana untuk media konvensional pasangan ini lebih mengutamakan dalam penggunaan dan penyebaran Alat Peraga Kampanye (APK) dan untuk media massa menggunakan media online dan media sosial.

a. Media Konvensional dan Media Online

Dalam Penggunaan media konvensional, pasangan Ratna Mahmud-Suwarti lebih memanfaatkan penggunaan APK dan bahan kampanye di cetak oleh pihak KPU dan disediakan oleh paslon. Adapun bentuk-bentuk APK yang digunakan antara lain seperti poster, spanduk, baliho, stiker, dan brosur. APK tersebut dicetak dan diberikan langsung oleh KPU

Kabupaten Musi Rawas yang kemudian di serahkan ke tim koalisi dan dari tim koalisi menyerahkan kepada tim relawan untuk disebarluaskan ke daerah dan titik-titik tertentu di setiap kecamatan yang ada di kabupaten Musi Rawas. Pada APK yang disebarluaskan tersebut terdapat foto pasangan calon no urut satu yaitu Ratna Mahmud-Suwarti, profil Ratna Mahmud-Suwarti, apa saja visi-misi serta perogram kerja dari Ratna Mahmud-Suwarti.

Dari hasil penelitian ini ditemukan dengan adanya alat peraga kampanye memudahkan masyarakat untuk mengenal Ratna–Suwarti dan juga dengan adanya Suvenir membuat masyarakat semakin mengenalpasangan calon.

b. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berintegrasi tanpa di batasi ruang dan waktu. Media sosial yang merupakan media baru semakin marak digunakan sebagai alat kampanye politik modern. Media sosial menjadi corong utama komunikasi politik mereka terhadap masyarakat.

Berbagai kebijakan, usulan kebijakan, pernyataan, dan komentar-komentar lainnya terkait permasalahan politik, dapat dilakukan melalui media sosial. Selain akses yang sangat terbuka karena dapat dilihat dan dijangkau oleh banyak orang dan juga mudah, ongkos yang dikeluarkan juga lebih rendah dan murah

Sebagaimana hasil wawancara Penulis dengan Ketua tim pemenangan Ratna Mahmud san Suwarti bahwa:

“Kita pakai media sosial Facebook dan Instagram yang semua akunnya itu sudah didaftarkan ke KPU. Alasan menggunakan media sosial itu dikarenakan kebanyakan pemilih adalah kaum milenial yang kebanyakan menggunakan media sosial, dan bahkan orang tua sekarang juga cukup banyak yang menggunakan Facebook, selain itu juga informasi di media sosial itu lebih cepat tersebar dan tersampaikan kepada masyarakat”

Dengan Tim pemenagan menyusun strategi kampanye melalui Media Sosial Facebook membuktikan bahwa sangat berdampak baik bagi kedua paslon karna di masa awal pandemi merupakan kampanye yang amat berat dengan adanya media sosial facebook memudahkan masyarakat untuk mengetahui tentang paslon.

Tabel. DPT Berdasarkan Usia Pada Pilkada Kabupaten Musi Rawas 2020

no	Kecamatan	Pemilih Milenial (17-35)	Pemilih Usia (36- 44 tahun)	Pemilih Diatas (> 45 tahun)
1	STL Ulu	7770	4204	5296
2	Selangi	9660	4413	6850
3.	Sumber Harta	8156		
4.	Tugumulyo	29870	14018	20221
5.	Purwodadi	3029	1326	1775
6.	Muara Beliti	9250	3871	6772
7.	TP. Kepungut	7113	3071	5092
8.	Jayaloka	7502	3686	5747
9.	Suka Karya	6662	3248	4257
10.	Muara Kelingi	18194	8559	11835
11.	BTS Ulu	5834	2779	4123
12.	Tuah Negeri	4046	1810	2928
13..	Muara Lakitan	4864	2453	3466
14.	Megang Sakti	2356	1105	1480
	Jumlah	124306	58072	85251

Sumber : Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Musi Rawas.

Dalam pemilihan media sosial pun yang dipilih adalah media sosial yang terbanyak digunakan di Kabupaten Musi Rawas baik dari pihak orang tua maupun milenial, yaitu Facebook. Selain itu juga menggunakan media whatsapp, dimana segala berita maupun informasi terkait Ratna Mahmud-Suwarti yang di

dapatkan dari tim pemenangan akan disebarakan melalui whatsapp kepada masyarakat.

Paslon ini memiliki akun media sosial pribadi dan akun media sosial official. Untuk akun media sosial pribadi, Ibu Ratna Mahmud dan ibu Suwarti menggunakan Facebook dan Instagram, sedangkan untuk akun officialnya menggunakan Facebook. Semua media sosial baik milik ibu Ratna, ibu Suwarti, maupun tim pemenangan mulai dari yang Kabupaten sampai kecamatan, itu semua didaftarkan kepada KPU beserta admin yang mengelola media sosial tersebut. Kegunaannya menggunakan media sosial agar semua informasi terkait paslon baik itu visi-misi, program kerja, atau aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh paslon beserta tim selama masa kampanye lebih mudah dilakukan dan diakses oleh masyarakat baik itu yang milenial maupun orang tua. Terbukti dengan adanya media sosial seperti Facebook yang sangat di gemari ibu-ibu dan anak-anak membuat pasangan calon mudah untuk melakukan kampanye dan juga masyarakat juga mudah mengetahui pasangan calon karna dan ini sangat terbukti dengan Terpilih nya Ibu Ratna Mahmud dan Suwarti dalam Pemilukada Musi Rawastahun 2020.

c. Kampanye Door to Door

Kampanye door to door di masa pandemi covid-19 dinilai efektif daripada kampanye terbuka. Karena dalam kampanye door to doortim sukses megunjungi langsung ke rumah target pemilih, ke berbagai perkampungan serta ke pemukiman. Yang bertujuan untuk menarik perhatian serta memastikan masyarakat agar memilih pasangan calon yang ditawarkan. Hal ini dapat dikatakan sangat efektif karena tidak mengumpulkan banyak massa, mengingat covid-19 dapat cepat menyebar luas.

Hasil wawancara penulis dengan salah satu warga di Tugumulyo menyatakan bahwa: *“Alasan saya memilih pasangan nomor urut satu karena timsesnya pernah datang di kampung saya dan kita diajak untuk makan-makan dan bagi-bagi Han sanitaizer dan juga jalan sehat. Jadi saya lebih mengenal Ratna Mahmud daripada pasangan nomor urut 2, saya yakin sekali kalau ibu Ratna Mahmud bisa membawa perubahan bagi masyarakat Musi Rawas”*.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa begitu pengaruhnya kampanye door to door yang dijalankan oleh tim sukses seperti yang dikatakan oleh narasumber tersebut bahwa alasannya memilih pasangan Radna-Suwarti dikarenakan tim pemenangannya pernah datang di kampungnya dan mengadakan kampanye berupa makan-makan dan membagi Han sanitaizer dan juga jalan sehat. Dengan begitu pasangan Radna-Suwarti lebih dikenal daripada pasangan no urut 2 yang ibu Dewi yakin sekalibahwa pasangan Ratna-Suwarti bisa membawa perubahan bagi masyarakat Musi Rawas.

2. Marketing Politik Yang Dilaksanakan Radna Mahmud dan Suwarti

Menurut Firmanzah, dalam proses Political Marketing, digunakan penerapan 4P bauran marketing, yaitu : product (produk), promotion (promosi), price (Harga), dan place (Tempat).

a) Product (Produk)

Produk politik yang menjadi domain dalam marketing politik ini menyangkut tiga unsur, yaitu platform partai, catatan masa lalu, dan karakteristik pribadi. Produk ini akan menggambarkan sesuatu yang lebih kompleks, dimana pemilih akan menikmati hasil setelah calon atau parpol terpilih, serta memberikan gambaran mengenai karakteristik calon itu sendiri⁶⁸. Berkaitan dengan platform partai dan karakteristik, pasangan Ratna-Suwarti memiliki figur yang positif di tengah masyarakat.

Oleh karena itu strategi yang pertama dilakukan oleh tim pemenangan adalah melakukan pendekatan kepada masyarakat, kelompok pemuda dan beberapa orang masyarakat yang memiliki peran dalam suatu desa untuk membahas mengenai platform partai politik yang dimiliki oleh Ratna Mahmud dan Suwarti. Pada itu tim pemenangan menyampaikan bahwa Ratna Mahmud dan Suwarti didukung oleh 3 partai yaitu Gerindra, Golkar, dan PAN.

b) Promosion (promosi)

Dalam marketing politik, promosi merupakan sebuah kegiatan kampanye yang menggunakan media dalam menyampaikannya, misalnya media elektronik, media cetak, maupun media sosial. Dan media-media yang digunakan oleh pasangan Radna-Suwarti ini adalah media konvensional dan media sosial. Dalam

penggunaan media konvensional, Ratna-Suwarti dan tim pemenangan menggunakan dan menyebarkan spanduk, brosur, baliho, sticer, dll yang berisikan tentang foto, program kerja, visi misi, penghargaan-penghargaan dan keberhasilan yang di raih oleh ibu Suwarti selama menjadi wakil bupati maupun profil dari Suwarti. Pamflet, spanduk, brosur, baliho, itu terlebih dahulu di desain agar terlihat lebih menarik dan lebih mudah diingat oleh masyarakat. Hal ini juga dibenarkan oleh masyarakat Kecamatan Tugumulyo yang menyatakan bahwa:

“Kalu iklan itu emng ada, seperti spanduk, trus baliho dan poster yang di pasang di pinggir-pinggir jalan. Kemudian juga ada yang bagi-bagi selebaran isinya Radna Mahmud dan Suwarti”. Selanjutnya masyarakat di Kecamatan Megang Sakti jugamenyatakan bahwa:

“Aada kok pembagian kaos partai itu yang isinya gambar Radna Mahmud dan Suwarti. Dan juga disepanjang jalan saat itu memang selebarantentag Radna Mahmud dan wakilnya”.

Hasil wawancara dengan masyarakat tersebut membuktikan bahwa strategi promosi tim pemenangan melalui iklan politik sudah berjalan dengan baik dan memang dibenarkan oleh masyarakat pelaksanaannya

c. Price (harga)

Dalam marketing politik mengenai price, ada dua hal yang dibicarakan yaitu: harga ekonomi dan harga psikologis. Untuk harga ekonomi sendiri secara umum meliputi semua biaya yang dikeluarkan oleh kandidat dan tim relawan selama masa kampanye, baik itu biaya iklan, publikasi, hingga biaya operasional dan lainnya. Sedangkan harga psikologis itu mengacu pada pemilihan yang melihat kandidat dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan, dan lain sebagainya Ratna Mahmud dan Suwarti, serta harga citra nasional yaitu pemilih merasa bahwa Ratna Mahmud dan Suwarti memiliki citra positif jika terpilih sebagai Bupati dan Wakil Bupati. Oleh karena itu, tim pemenangan Ratna Mahmud kembali menggunakan pendekatan personal dengan asas kekeluargaan dan gotongroyong. Hal ini diwujudkan dalam keterlibatan aktif Ratna Mahmud dalam acara-acara masyarakat, seperti acara ibu-ibu PKK,

karang taruna, pengajian bahkan sampai acara personal yang dimiliki masyarakat seperti hajan dan lainnya.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan kerabat dekat Suwarti menyatakan bahwa : *“Kami melakukan strategi pendekatan kepada masyarakat dengan 70 menjunjung tinggi asas kekeluargaan dan gotong royong supaya nilai atau harga yang dimiliki oleh Radna Mahmud dan Suwarti dapat sampai kepada masyarakat. Artinya dalam kegiatan apapun, selagi itu melibatkan masyarakat maka Ratna Mahmud dan Suwarti juga harus terlibat”* Selanjutnya tim pemenangan dari Kecamatan Tugumulyo juga menjelaskan bahwa:

“Kegiatan-kegiatan yang bisa untuk memasarkan harga dari Ratna Mahmud dan Suwarti yang pada waktu itu masih menjadi calon Bupati dan Wakil Bupati adalah mengikuti kegiatan masyarakat, seperti pengajian, ibu-ibu PKK bahkan biasanya kalau ada warga yang pesta, biasanya Ratna Mahmud dan Suwarti itu ikut”.

Tim pemenangan Megang Sakti juga menjelaskan bahwa:

“Tujuan dari Ratna Mahmud mengikuti kegiatan tersebut bukan hanya ingin menang dalam pilkada 2020 tetapi karena memang mereka sudah punya waktu tersebut dan mereka ini orang yang mudah berbaur dengan masyarakat. Jadi masyarakat itu dengan sendirinya merasa bahwa Ratna Mahmud dan Suwarti ini calon bupati yang mereka mau”

Hasil wawancara dengan tim pemenangan Ratna Mahmud dan Suwarti di 2 kecamatan tersebut menyatakan bahwa strategi masaran harga yang dilakukan dalam Pilkada 2020 lebih mengarah kepada mengikuti kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan oleh masyarakat. Hal ini secara tidak langsung memang lebih efektif.

d. Place (tempat)

Strategi berikutnya yang dilakukan tim pemenangan Ratna Mahmud dan Suwarti adalah pemasaran tempat politik. Dalam proses melakukan kampanye, pasangan Radna-Suwarti tak hanya melakukan kampanye dialogis saja, namun juga turun langsung kelapangan untuk melihat dan mengecek bagaimana situasi dan apa saja yang sedang terjadi di masyarakat. Dalam

penelitian ini, strategi yang dilakukan Ratna-Suwarti berdasarkan teori strategi politik menurut Peter Schroder adalah strategi ofensif dan strategi defensi. Strategi ofensi dibedakan menjadi dua, yaitu strategi memperluas pasar dan strategi menembus pasar. Namun Ratna-Suwarti menggunakan strategi ofensif memperluas pasar. Dalam menerapkan strategi ini Ratna Mahmud terlebih dahulu membentuk tim pemenangan yang terdiri dari orang-orang yang memiliki pengaruh dan memiliki masa.

Tim pemenangan yang telah dibentuk tadilah yang akan memperkenalkan kembali identitas dan sosok figur Ratna Mahmud kepada masyarakat. Salah satu cara tim pemenangan dalam memperkenalkan kembali Ratna Mahmud kepada masyarakat adalah dengan menggunakan APK dan bahan kampanye. Dalam APK tersebut terdapat materi apa saja visi misi, program.

Dalam strategi defensif, Ratna Mahmud menggunakan strategi mempertahankan pasar, yang mana ibu Suwarti merupakan wakil bupati petahana. Suwari telah memiliki modal berupa suara-suara atau masa 75 yang telah di dapatkannya saat mencalonkan diri menjadi wakil bupati bersama bapak Hendra Gunawan sebelumnya. Dalam mempertahankan pasarnya, Suwarti melakukan pendekatan kepada masyarakat tidak hanya saat masa kampanye, namun sudah beliau lakukan ketika beliau masih menjabat. Pendekatan yang dilakukan Ratna-Suwarti adalah dengan turun langsung ke masyarakat, datang mengunjungi masyarakat dan menghadiri acara maupun undangan yang diberikan oleh masyarakat. Saat turun kemasyarakat yang terkena musibah seperti kebakaran rumah maupun kemalangan seperti anggota keluarga yang meninggal, Ratna Mahmud juga memberikan bantuan kepada masyarakat. Dari hal-hal yang dilakukan Ratna Mahmud, dapat dilihat bahwa masyarakat merasa diperhatikan, sehingga masyarakat menaruh simpati terhadap Ratna Mahmud-Suwarti dan mendukung Ratna-Suwarti pada pilkada 2020 ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan analisis diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi kampanye yang dilakukan Ratna dan Suwarti yang mempengaruhi masyarakat pada pemilihan Kepala Daerah yang mana kedua pasangan urut satu merupakan perempuan yaitu:
 - a. Kampanye politik yang mana di masa covid 19 ini kampanye hanya dilakukan dengan cara kampanye dialogis yang mana para peserta hanya boleh hadir 50 orang sudah termasuk calon Bupati/wakil bupati dan juga harus sesuai dengan protocol kesehatan seperti masker dan alat cuci tangan
 - b. Kampanye menggunakan media seperti media konvensional dan media online dan juga lebih memanfaatkan penggunaan APK atau alat peraga kampanye dan juga menggunakan media sosial seperti Facebook sangat berpengaruh dalam berkampanye Ratna dan Suwarti dalam pemilihan Kepala Daerah tahun 2020
 - c. Kampanye dor to door ini merupakan kampanye yang efektif di masa pandemi yang mana tim sukses langsung kerumah target pemilih dan memaparkan visi dan misinya
2. Marketing politik yang dilakukan oleh Ratna dan Suwarti pada pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Musi Rawas menurut Firmanzah, yaitu marketing politik yang mana proses marketing politik ada empat yaitu produk yang mana di sini tim sukses melakukan pendekatan dengan masyarakat dengan membahas mengenai platform partai politik yang dimiliki oleh Ratna dan Suwarti dan juga menyampaikan bahwa Ratna dan Suwarti didukung oleh tiga partai yaitu Gerindra, Golkar, PAN. Kemudian promosi yang mana tim sukses melakukan promosi dengan menggunakan media seperti elektronik, media cetak, maupun media sosial dan pasangan Ratna dan Suwarti menggunakan media konvensional dan media sosial dan marketing politik yang paling berpengaruh adalah Harga atau Price yaitu dimana kandidat secara umum meliputi semua biaya yang dikeluarkan oleh kandidat dan tim

relawan selama kampanye. Selanjutnya Tempat atau Place yang mana strategi ini dilakukan oleh tim sukses Ratna Suwanti dengan turun langsung kelapangan untuk melihat dan mengecek bagaimana situasi dan apa saja yang sedang terjadi di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku

Adjunaidi & Tabib Al-asyar, (2006).
Khadijah Sosok Perempuan Karier

Sukses Bedah Wacana Gerakan Feminisme
dalam islam. Yogyakarta: Mitra

Abadi Press

Adman Nursal, (2004). Politik Marketing.
Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Arifin Anwar, (2011). Komunikasi Politik.
Yogyakarta: Graha Ilmu

Cangara, Hafied. (2011). Komunikasi
Politik, Teori dan Strategi. Jakarta:

Rajawali Pers

Firmanzah, (2012). Marketing Politik:
Antara Pemahaman dan Realita.

Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Hadari Nawawi, (2005). Manajemen
Strategi Organisasi non Profil Bidang

Pemerintahan Dengan Ilustrasi di Bidang
Pendidikan, Yogyakarta: Gajah

Mada Press

Haikal, Husein, (2012). Wanita Dalam
Pembinaan Karakter Bangsa.

Yogyakarta: Pustaka Belajar

Haryanto, (2013). Komunikasi Politik.
Bogor: Graha Ilmu

Karam Azza dkk, (1999). Perempuan di
Parlemen, Jakarta: Yayasan Jurnal

Perempuan

Muri Yusuf, (2014). Metodologi Penelitian
Kualitatif, Penelitian Gabungan. Jakarta :
Kencana

Murtadlo, Muhahari, (1995). Hak-hak
Wanita Dalam Islam. Jakarta : Lentera

Pawito, (2008). Komunikasi Politik, Media
Masa dan Kampanye. Jakarta :

Jalasutra

Prof S.M. Khamenei, (1997). Risaalah Hak
Asasi Wanita: Studi Komparatif

Antara Pandangan Islam dan Demokrasi
Universal Ham. Jakarta: Al Huda.

Rambe Kamarul Zaman, (2016). Perjalanan
Panjang Pilkada Serentak.

Jakarta: PT Mizan Pulika

Ramlan Subakti, (2010). Memahami Ilmu
Politik, Jakarta: Gramedia Widya

Sarana

Schroder, (2001). Strategi Politik. Friedrich :
Nauman- Stiftung

Siti Musdah Mulia & Aik Farida, (2005).
Perempuan dan Politik, Jakarta:

Gramedia Pustaka Utama

T.O. Ihromo (1995). Kajian Wanita Dalam
Pembangunan, Jakarta: yayasan

Obor Indonesia

Zubakhrum Tjenreng, (2016). Pilkada
Serentak Penguatan Demokrasi di

Indonesia. Depok: Pustaka Kemang.

B. Jurnal dan Karya Ilmiah

Ananda Rizki Wibowo, Perempuan dan
Kepemimpinan Politik, 2007,

Universitas Alauddin Makassar

Atiqotul Maula, Perempuan Dan Politik
Dalam Konstentasi Pilkada Di Jombang,
2016, Universitas Indonesia Vol 1. No 2

Hartanto & Handi Mulyaningsih, Bupati
Perempuan Pertama di Lampung dan

Kegagalan Calon Petahana Pada Pilkada Di
Lampung Timur, 2017,

Universitas Lampung Vol 16 No 2

Lilis Kholid, Strategi Pemenangan Anggi
Noviah Dalam Pemilihan Calon

Legislatif Kabupaten Indramayu, 2020,
Universitas Negeri Semarang

Mabur Alam, dkk, Strategi Pemenangan
Calon Legislatif Perempuan Terpilih

Pada Pemilu Legislatif, 2007, Universitas Negeri Makasar

Mei Ranu Nuristha Betsiana, Strategi Pemenangan Incumben Pada Pilkada

2017 di Kabupaten Brebes, Universitas Negeri Semarang

Nifeneggen P. B. 1989, Strategi Forsucces from The Political Marketing, The Jurnal Of Consumen Marketing Vol 1

O' Shaughnessy, 2001, The Marketing Of Political Marketers, European Journal

Of Marketing Vol. 30

C. Internet

<http://sumsel.tribunnews.com>. Diakses Pada Tanggal 10 Maret 2021

<Http://agnesekar.wordpress.com/2008/10/28/perempuan-pemimpin>

<http://kpu-musirawas.go.id/berita> Diakses pada Tanggal 10 Oktober 2021

Muh, Syarif Hidayatullah. (2012). Kepemimpinan Perempuan dalam politik. Di

posko 11 tahun 2012. Pukul 14:00

D. Undang-Undang

Undang-undang No 12 Tahun 2008 Tentang Pemerintahan Daerah

E. Sumber Dokumen

Hasil wawancara dengan ibu Rika Novilianty S. Sit Ketua tim pemenangan

Radna Mahmud dan Suwarti Tanggal 1 Desember 2021

Hasil wawancara dengan bapak Bactiar Rahman kerabat dekat ibu Suwarti

Tanggal 29 November 2021

Hasil wawancara dengan ibu Dwi Astianti ketua tim koalisi dan sekretaris DPC

partai Gerindra Tanggal 1 Desember 2021

Hasil wawancara dengan bapak Juprizal ketua tim relawan kecamatan Tugu

Mulyo Tanggal 2 Desember 2021

Hasil wawancara dengan bapak Hen ketua pemenangan kecamatan Megang

Sakti Tanggal 3 Desember 2021

Hasil Wawancara dengan bapak sopian seorang petani di kecamatan Tugu

Mulyo Tanggal 3 Desember 2021

Hasil wawancara dengan ibu Ana seorang pedagang di kecamatan Tugu Mulyo

Tanggal 4 Desember 2021

Hasil wawancara dengan ibu Rini seorang ibu rumah tangga di kecamatan

Megang Sakti Tanggal 3 Desember 2021

Hasil wawancara dengan ibu Ermi seorang Guru di kecamatan Tugu Mulyo

Tanggal 4 Desember 2021

Hasil wawancara dengan bapak syafri seorang sopir di kecamatan Tugu Mulyo

Tanggal 4 Desember 2021

Hasil wawancara dengan bapak idon seorang pedagang di kecamatan Tugu

Mulyo Tanggal 3 Desember 2021