

Masyarakat, Kebudayaan dan Politik

Daftar Isi

Akuntabilitas Diskresi Birokrasi di Era Otonomi Daerah Sri Juni Woro Astuti.....	85–94
Media Pers Lokal Melawan Korupsi Dwiyanto Indiahono	95–101
Model Penguatan Kapasitas Politik Anggota Legislatif Perempuan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Machya Astuti Dewi	102–111
Kampanye Calon Legislatif Perempuan DPRD Kabupaten Sidoarjo pada Pemilu 2009 Wahidah Zein Br Siregar	112–118
Upaya Pengentasan Kemiskinan di Madura sebagai Model Pengembangan Tanggung Jawab Sosial Ekna Satriyati dan Devi Rahayu.....	119–129
Penyusunan Kebijakan <i>Partnership</i> dan <i>Development</i> dalam Pemanfaatan Dana BUMN untuk Pengembangan UKM Priyono Tri Febrianto.....	130–138
<i>Social Early Warning System</i> untuk Mengantisipasi Konflik Sosial di Masyarakat Karnaji, Septi Ariadi, Soebagyo Adam, dan Siti Mas'udah	139–151
Kendala Pemerolehan Informasi Verbal Seputar <i>Issue Global Warming</i> pada Masyarakat Tamping Moch. Jalal	152–161
Study on Islamic Literature Viewed from Theosophical Perspective Amir Fatah	162–167

Kampanye Calon Legislatif Perempuan DPRD Kabupaten Sidoarjo pada Pemilu 2009

Wahidah Zein Br Siregar¹

Fakultas Dakwah, IAIN Sunan Ampel, Surabaya

ABSTRACT

This paper describes the campaign models used by female candidates in the 2009 elections. This paper is based on a research that found three practices in the 2009 election in Sidoarjo Regency. First, the compulsory 30 percent women quotas as mentioned in article 55 of the Act No 10 of 2008 on Elections. Second, the obligation of political party to place at least one woman among every three candidates. Third, the use of open list of proportional representation system. Among these three, the third one is very significant in influencing model of campaigns taken by candidates particularly women. The open list of proportional representation system has made female candidates more confident in promoting themselves to the wider community. Good campaigns may help them overcome their less fortunate luck as candidates placed in non-winnable positions on parties' lists of candidates.

Key words: female candidates, campaigns, electoral system, parliamentary representation

Menghadapi Pemilu 2009, DPR RI mengamandemen UU Pemilu Tahun 2003 (UU No. 12, Tahun 2003). Dalam amandemen ini, ketentuan tentang kuota perempuan menjadi salah satu aspek yang dirubah. Tidak seperti UU Pemilu Tahun 2003 yang tidak tegas mencantumkan bahwa partai politik harus memenuhi 30% kuota untuk caleg perempuan, di UU Pemilu Tahun 2008 (UU No. 10, Tahun 2008, khususnya pasal 55 ayat 2), diatur bahwa daftar caleg partai politik memuat paling sedikit 30% keterwakilan perempuan. Selain itu diatur juga ketentuan tentang keharusan mencantumkan 1 caleg perempuan di antara 3 caleg dalam daftar caleg partai di setiap Dapil, yang dianggap sebagai *zipper system* (sistem selang seling seperti gigi resleting).

Dalam penyusunan daftar caleg pemilu 2009, ternyata masih belum semua partai politik di Sidoarjo melaksanakan ketentuan 30% kuota dengan baik. Sementara itu, walaupun partai-partai terkesan melaksanakan sistem *zipper*, tidak banyak caleg perempuan ditempatkan pada nomor urut 1 atau 2, tetapi pada nomor urut 3. Padahal dalam UU Pemilu, nomor urut tetap menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan seorang caleg untuk terpilih menjadi anggota DPR/D, seperti yang tersirat pasal 214 ayat a, b, c, d, dan e.

Akan tetapi, putusan mahkamah konstitusi No. 22-24/PUU-VI/2008, telah mengubah ketentuan

sistem pemilu, dari sistem pemilu PR dengan daftar setengah terbuka, yang masih memberi peluang yang lebih besar pada caleg-caleg yang berada pada nomor urut atas, menjadi sistem pemilu PR dengan daftar terbuka penuh yang memberi peluang yang sama bagi semua caleg tanpa melihat nomor urutnya. Di dalam putusan MK tersebut disebutkan:

Bahwa dasar filosofi dari setiap pemilihan atas orang untuk menentukan pemenang adalah berdasarkan suara terbanyak, maka penentuan calon terpilih harus pula didasarkan pada siapapun calon anggota legislatif yang mendapat suara terbanyak secara berurutan, dan bukan atas dasar nomor urut terkecil yang telah ditetapkan.²

Putusan MK ini, tentu membuat setiap caleg untuk menyusun strategi agar mereka bisa mendapatkan simpati para pemilih, sehingga para pemilih tersebut bersedia memilih mereka dalam Pemilu. Para caleg yang berada pada nomor urut kecil tidak bisa lagi hanya mengandalkan nomor urut mereka untuk memenangkan kursi di DPR/D. Bagi caleg perempuan, keputusan MK ini dapat menjadi kesempatan sekaligus tantangan. Menjadi kesempatan, karena nomor urut mereka yang pada umumnya di bawah tidak lagi menjadi penghalang bagi mereka untuk terpilih menjadi anggota DPR/D, asalkan mereka mampu menarik simpati para pemilih untuk memilih mereka. Menjadi tantangan, karena mereka harus menunjukkan kemampuan mereka dan

¹ Korespondensi: W. Siregar. Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, Jalan A. Yani No.117 Surabaya. Telepon 031- 8437987. E-mail: wahidahzeinsiregar@yahoo.com; wahidah@sunan-ampel.ac.id

² Putusan lengkap MK ini dapat dilihat di http://www.mahkamahkonstitusi.go.id/putusan_sidang.php?pg=2

meyakinkan para pemilih bahwa mereka layak untuk dipilih, menjadi wakil mereka di DPR/D.

Dalam kondisi ini, tentu membicarakan kampanye, khususnya bagi caleg perempuan, menjadi sangat menarik. Karena kampanye merupakan satu sarana mempromosikan (mensosialisasikan) diri caleg-caleg dan partai-partai mereka kepada masyarakat. Format kampanye model apa yang diambil oleh para caleg perempuan? Isu-isu apa yang akan mereka kemukakan di dalam kampanyenya? Berhasilkah mereka meraih dukungan pemilih secara signifikan? Apakah aktifitas perempuan selain caleg juga ikut membantu para caleg perempuan agar terpilih? Bagaimana persepsi caleg perempuan terhadap sistem pemilu dengan daftar terbuka seperti yang diputuskan oleh MK tersebut? Meningkat atau tidakkah jumlah perempuan di DPRD kabupaten Sidoarjo pada periode 2009–2014? Pertanyaan-pertanyaan inilah yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian ini. Ada tiga pertanyaan yang ingin dicari jawabannya melalui penelitian ini. Pertanyaan-pertanyaan itu adalah: (1) model-model kampanye apa saja yang diterapkan para caleg perempuan DPRD Sidoarjo pada Pemilu 2009? (2) berhasilkah para caleg perempuan meningkatkan jumlah perempuan di DPRD Sidoarjo pada periode 2009–2014; dan (3) dari pengalaman yang mereka lalui dalam kampanye, bagaimana pandangan caleg perempuan terpilih terhadap sistem pemilu dengan daftar terbuka yang diterapkan?

Metode Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di dalam perumusan masalah di atas, maka peneliti melakukan penelitian lapangan (*field research*), di mana data-data yang diperoleh dari penelitian lapangan tersebut akan diolah dan dianalisis secara kualitatif. Jenis penelitian ini diambil oleh peneliti didasarkan pada pandangan bahwa para caleg tentu mempunyai alasan-alasan tertentu ketika mereka memilih model-model kampanye untuk mempromosikan dirinya. Peneliti berusaha memahami itu dari konteks tampilan yang ditunjukkan oleh caleg-caleg dalam gambar-gambar, stiker, spanduk atau baliho yang mereka cetak dan sebar di tengah-tengah masyarakat. Juga pada tingkah laku, isi pidato atau dialog yang mereka sampaikan di dalam kampanye mereka. Serta pendapat mereka tentang model kampanye yang mereka lakukan. Akan tetapi, hanya caleg-caleg perempuan yang berasal dari 9 partai yang berhasil memperoleh kursi di DPRD Sidoarjo yang menjadi fokus peneliti. Kesembilan partai itu

adalah PD, PKB, PAN, PDIP, Golkar, PKS, Hanura, Gerindra, PKNU. Sehingga mereka-mereka inilah yang akan ditanyai pendapatnya.

Menurut Babbie (1995), penelitian lapangan adalah penelitian yang secara terus-menerus kita lakukan dalam kehidupan kita sehari-hari. Kita melakukan penelitian lapangan bilamana kita mengamati atau berpartisipasi dalam tingkah laku sosial dan mencoba untuk memahaminya. Salah satu kekuatan dari penelitian lapangan adalah memberikan pengertian yang menyeluruh kepada peneliti. Dengan terjun langsung ke lapangan mengamati secara langsung fenomena sosial yang hendak diteliti, maka peneliti dapat mengembangkan pemahaman yang mendalam dan lebih utuh terhadap fenomena tersebut.

Adapun data-data dalam penelitian ini diperoleh melalui: (1) observasi, dilakukan untuk melihat format-format kampanye yang ditampilkan oleh para caleg perempuan untuk mempromosikan diri mereka, misalnya melalui stiker, profil, poster, kalender yang mereka sebar di tengah-tengah masyarakat, baik dengan cara memberikannya kerumah-rumah warga di daerah pemilihannya, iklan di media massa, atau spanduk dan baliho yang mereka pasang di tempat-tempat umum seperti di sisi jalan dan di lapangan. Observasi juga dilakukan terhadap cara-cara caleg perempuan berorasi dalam kampanye pengerahan massa di tempat terbuka seperti stadion maupun lapangan olahraga, maupun kampanye dialogis; (2) rekaman pidato kampanye para juru kampanye (jurkam) perempuan dan laki-laki yang dilakukan oleh peneliti, baik itu jurkam yang juga merupakan caleg atau bukan. Hasil rekaman ini, kemudian di transkrip untuk melihat isu-isu yang mereka kemukakan dalam kampanye baik dalam kampanye rapat umum (pengerahan massa) ataupun kampanye dialogis. Sehingga bisa diketahui apakah ada perbedaan antara isu yang dikemukakan oleh jurkam perempuan atau laki-laki; (3) wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada caleg-caleg perempuan yang terpilih menjadi anggota DPRD Sidoarjo. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui pendapat mereka tentang model kampanye yang mereka lakukan, serta isu-isu yang mereka kemukakan dalam kampanye. Selain dari ketiga caleg perempuan terpilih ini, peneliti juga telah melakukan wawancara dengan dua pimpinan partai politik di Sidoarjo; sekretaris DPC PKB Sidoarjo dan ketua DPC PD Sidoarjo; (4) data-data yang diperoleh dari KPU kabupaten Sidoarjo. Data-data itu antara lain, data tentang jumlah caleg (yang peneliti gunakan untuk menghitung jumlah caleg

laki-laki dan perempuan serta melihat posisi mereka dalam daftar caleg), jadwal kampanye yang disusun oleh KPU, data tentang perolehan suara caleg-caleg perempuan, dan perbandingannya dengan caleg laki-laki, serta data tentang perolehan kursi partai-partai politik dari delapan partai yang diteliti dan perolehan suara individu para caleg terpilih; dan (5) dokumentasi, yang antara lain berupa gambar baleho atau spanduk yang dipasang oleh para caleg perempuan dari delapan partai yang menjadi fokus penelitian ini, yang diambil langsung oleh peneliti. Gambar-gambar tersebut peneliti ambil di tempat-tempat umum di wilayah Sidoarjo, khususnya yang dipasang di sisi jalan, yang digantung di tiang listrik atau ditempel di pohon, atau yang dipasang di dinding mobil. Ada juga stiker dan phamplet caleg yang peneliti peroleh dari sekretariat partainya dan dari caleg itu sendiri.

Selain data-data utama (primer) yang diperoleh melalui itu observasi, rekaman pidato kampanye, wawancara, data dari KPU kabupaten Sidoarjo, serta dokumentasi yang dilakukan peneliti, peneliti juga memerlukan data-data sekunder berupa referensi yang relevan yang diambil dari berbagai sumber, baik itu dari buku, majalah, jurnal, surat kabar, maupun sumber-sumber yang peneliti peroleh dari internet.

Laporan penelitian ini selanjutnya disusun dengan menggunakan triangulasi, yaitu menjelaskan dan menganalisis hasil penelitian yang datanya diperoleh dari sumber yang berbeda-beda yaitu hasil observasi, wawancara, analisis isi pidato kampanye, data-data yang diperoleh dari KPU serta referensi yang mendukung.

Hasil Penelitian

Dalam penelitian tentang kampanye caleg perempuan DPRD Sidoarjo pada Pemilu 2009 ini, ada dua aspek terkait yang peneliti anggap perlu dicari penjelasannya melalui perspektif para ahli ilmu politik, yaitu: apakah kampanye yang dilakukan oleh para peserta pemilu (partai dan caleg) memengaruhi keberhasilan mereka dalam Pemilu atau tidak, dan apakah sistem pemilu yang diterapkan berpengaruh atau tidak terhadap keberhasilan para caleg, khususnya caleg perempuan. Selanjutnya sistem pemilu yang dipakai tentu juga memengaruhi model-model kampanye yang diterapkan para caleg dan partai politik. Misalnya, ketika sistem pemilu yang diterapkan dalam sistem PR dengan daftar terbuka, maka para kontestan pemilu harus berupaya dengan keras meyakinkan para pemilih bahwa mereka layak untuk dipilih melalui kampanye-kampanye

mereka. Model-model kampanye seperti memasang baleho atau spanduk di sisi-sisi jalan yang dilalui banyak orang menjadi salah satu pilihan para caleg. Pemandangan seperti itu tidak terlihat pada masa kampanye Pemilu 2004. Pada Pemilu 2004 yang banyak kita lihat adalah bendera-bendera partai politik.

Upaya untuk meyakinkan para pemilih itu memang bisa dilakukan sebelum masa kampanye. Para caleg yang merupakan tokoh-tokoh di masyarakat, atau para *incumbent*, misalnya, telah dikenal oleh masyarakat tidak hanya dalam masa kampanye. Mereka bisa melakukan kampanye, dalam arti memperkenalkan diri mereka secara terus-menerus ke masyarakat selama mereka menjadi *incumbent* atau melakukan apa yang disebut sebagai *permanent campaign*. Dalam tulisannya, *the permanent campaign: marketing from the hill*, Wayne P. Steger (1999) menjelaskan secara luas bagaimana cara-cara yang ditempuh para legislator untuk bisa mempertahankan dirinya agar tetap menjadi anggota parlemen. Menurutnya program-program yang digulirkan oleh para legislator saat menjadi anggota parlemen sangat membantu mereka. Dalam masa kunjungan mereka ke pemilih, misalnya, mereka dapat mengetahui keluhan-keluhan mereka, memperoleh masukan tentang kebijakan yang diinginkan masyarakat, mengetahui mana di antara pemilih tersebut yang dapat dikategorikan sebagai pemilih yang loyal, memperoleh citra sebagai legislator yang kompeten sehingga bisa meraih simpati pemilih. Tidak kalah pentingnya, perjalanan yang mereka lakukan ini bisa mendapat persetujuan dari parlemen, bahkan didukung dengan alokasi anggaran untuk kegiatan tersebut.

Akan tetapi bagi para caleg yang baru memasuki dunia politik dan bukanlah merupakan tokoh-tokoh yang telah dikenal masyarakat, maka masa kampanye ini bisa menjadi waktu yang tepat untuk memperkenalkan diri ke masyarakat. Tentu saja format-format kampanye yang mereka terapkan, atau cara-cara yang mereka tempuh dalam meyakinkan pemilih menjadi penting untuk diperhatikan. Dalam hal ini, tentu pandangan para pakar ilmu politik tentang hal ini perlu untuk dijabarkan.

Selanjutnya, ketika berbicara tentang keberhasilan para kontestan di dalam pemilu, tidaklah mungkin untuk tidak membicarakan tentang sistem pemilu. Karena sistem pemilu sangat besar pengaruhnya terhadap konfigurasi kekuatan partai politik di parlemen. Sistem mayoritas (*majoritarian system*), misalnya, akan menghasilkan satu partai politik yang menguasai parlemen. Dalam sistem ini, pemenang

pemilu akan mengambil semua posisi di dalam pemerintahan (*the winner takes all*). Sementara itu, sistem PR akan menghasilkan banyak partai di dalam parlemen. Sehingga partai-partai harus bergabung (berkoalisi) jika ingin menguasai pemerintahan. Sehingga secara umum, pemerintah yang terbentuk dari sistem pemilu mayoritas biasanya akan lebih stabil dibandingkan dengan pemerintah yang dibentuk melalui sistem PR.

Dalam upaya untuk melihat keterwakilan perempuan, maka sistem pemilu yang digunakan ini tentu juga menjadi faktor yang penting untuk dilihat. Apakah sistem mayoritas lebih baik untuk caleg perempuan atau sistem PR, atau apakah ada sistem lainnya yang lebih baik untuk mereka. Karenanya kemudian peneliti berusaha untuk menjabarkan bagaimana pandangan para ahli ilmu politik dalam masalah ini.

Dari penelusuran peneliti terhadap pandangan para pakar ilmu politik, dapat dilihat bahwa pengalaman-pengalaman negara lain seperti Amerika, Australia, UK, dan Belgia, kampanye memang memengaruhi keberhasilan para kontestan pemilu, terutama sekali isu-isu yang dipilih di dalam kampanye. Sides (2006:407), misalnya, mengatakan *candidates can win votes by emphasizing issues where they perceive an advantage, thereby making these issues prominent in voters mind*. Hal senada juga dikatakan oleh Kotler dan Kotler (1999:3), yang menjelaskan bahwa dari hasil survei *the Pew Research Center for the People and the Press in 1997–1998* terhadap 200 konsultan politik diketahui bahwa di samping uang dan luasnya jaringan pertemanan, kualitas dari pesan-pesan kampanye juga menjadi satu faktor yang penting dalam memenangkan Pemilu. Penelitian Wleizen dan Norris (2005:872) di United Kingdom (UK), juga menunjukkan hasil yang mirip, *"the campaign served to persuade some voters as to which party was based on the issues..."*. Cwalina *et al.* (2009:67) juga mengatakan hal yang senada, bahwa dalam kampanye *"politicians are in the business of selling hope to the people"*.

Selanjutnya, ditemukan juga bahwa meskipun terdapat pandangan yang mirip antara satu partai dengan partai lain, atau antara caleg laki-laki dan perempuan terhadap isu-isu tertentu, seperti masalah perekonomian dan keamanan, terdapat juga perbedaan pandangan tentang isu-isu lainnya antara satu partai dengan partai lain atau antara caleg perempuan dengan caleg laki-laki. Misalnya, hasil penelitian Dabelko and Herrensens (1997:127) tentang kampanye kandidat laki-laki dan perempuan untuk parlemen Amerika menunjukkan bahwa

sebagian besar caleg, laki-laki maupun perempuan, berpendapat bahwa masalah ekonomi menjadi topik utama yang mereka kemukakan di dalam kampanye. Akan tetapi ketika ditanyakan isu-isu apa yang mereka anggap penting selain masalah ekonomi, terdapat perbedaan pendapat antara caleg laki-laki dan perempuan. Secara umum, caleg perempuan lebih senang untuk membicarakan masalah-masalah sosial daripada caleg laki-laki. Lebih banyak juga caleg perempuan yang menyinggung masalah aborsi dalam kampanye mereka daripada caleg laki-laki.

Dalam masalah keterkaitan antara sistem Pemilu dengan peningkatan keterwakilan perempuan di parlemen para ahli ilmu politik seperti Norris (2004); Lovenduski (2005); Kunovich dan Paxton (2005); Matland (2006); Bacchi (2006), juga sudah mendiskusikannya secara intensif. Sebagian besar dari mereka berpendapat bahwa dibandingkan dengan sistem pemilu lainnya, maka PR adalah sistem yang terbaik dalam membantu meningkatkan jumlah wakil perempuan di parlemen. Dalam sistem PR itu sendiri sistem dengan daftar tertutup (*close list system*) dianggap sebagai sistem yang bekerja lebih baik bagi keterwakilan perempuan, daripada sistem lainnya seperti sistem dengan daftar setengah terbuka (*semi-open list system*) atau sistem dengan daftar terbuka (*open list system*). Selanjutnya daerah pemilihan dengan jumlah wakil yang banyak (*large multi member district*) selalunya akan menguntungkan bagi caleg perempuan, karena kesempatan mereka untuk terpilih akan lebih besar (Norris 2004: 187). Tentu saja menarik untuk dikaji mengapa keterwakilan perempuan di DPR/D selalu jauh lebih kecil daripada laki-laki meskipun sistem PR dengan daftar tertutup selalu diterapkan di Indonesia.

Ketika Indonesia sudah berada pada masa reformasi pun jumlah anggota DPR/D perempuan masih tetap lebih sedikit, meskipun sistem PR yang digunakan adalah daftar setengah terbuka. Pemilu 1999 hanya menghasilkan 45 orang anggota perempuan di antara 500 anggota DPR RI (9%). Sedangkan Pemilu 2004 menghasilkan 62 orang anggota perempuan di antara 550 anggota DPR RI (11,3%). Persentase ini sudah meningkat dibandingkan dengan hasil Pemilu 1999. Akan tetapi masih lebih rendah dari angka tertinggi yang pernah dicapai perempuan di DPR RI yaitu 13% pada Pemilu 1987 (untuk keterangan lebih lengkap tentang jumlah dan persentase perempuan di DPR RI dari Pemilu pertama sampai Pemilu 1999 (Siregar, 2005: 36–72). Lalu bagaimana dengan sistem PR dengan daftar terbuka yang diterapkan dalam pemilu 2009?

Apakah berhasil meningkatkan jumlah keterwakilan perempuan secara signifikan atau tidak?

Kampanye Caleg Perempuan

Dari pengamatan peneliti terhadap cara-cara caleg perempuan dalam berkampanye untuk mempromosikan diri mereka setengah-tengah masyarakat, terlihat bahwa memasang baleho di jalan-jalan umum di Dapil di mana caleg berkompetisi menjadi model yang paling populer. Hal ini juga dilakukan oleh caleg laki-laki. Baleho-baleho para caleg ini digantungkan di tiang listrik, tiang telepon, di pohon-pohon, di pagar rumah atau ditegakkan dengan menggunakan kayu, bambu atau besi di sisi-sisi jalan. Sehingga dalam masa kampanye jalan-jalan di kota Sidoarjo maupun di desa terlihat berwarna warni, dipenuhi baleho-baleho para caleg, baik caleg laki-laki maupun caleg perempuan. Ukuran baleho itu juga bervariasi, dari yang kecil sampai yang besar. Ukuran umum adalah 75×100 cm. Ada yang $1,5 \times 2$ m. Akan tetapi ada juga yang mencapai 3×6 m. Dapat dikatakan bahwa mereka yang berusaha di bidang percetakan akan mendapat rezki besar dalam masa kampanye ini.

Dalam baleho-baleho itu mereka menampilkan foto mereka sebagai upaya memperkenalkan diri. Selain itu mereka juga memberikan informasi yang jelas tentang bagaimana pemilih mengenali mereka di dalam kertas suara (*ballot paper*). Caranya adalah dengan menuliskan nama mereka dengan jelas termasuk juga mencantumkan gelar akademik dan keagamaan, lambang partai pengusung mereka, posisi mereka di dalam daftar caleg, dan Dapil di mana mereka berkompetisi.

Sebagian dari mereka juga menampilkan photo pimpinan partai pengusungnya di dalam balehonya. Dalam hal ini, photo-photo para pimpinan partai tentunya digunakan untuk menarik simpati para pemilih untuk memilih mereka. Karena memilih mereka berarti juga memilih partai-partai mereka yang pernah populer atau sedang populer di negeri ini. Ada juga caleg perempuan yang menampilkan gambar kyai pendukung partainya di dalam balehonya. Caleg ini ingin mendorong para pemilih untuk memilihnya karena ia direstui oleh kyai tersebut. Dengan memilihnya berarti para pemilih tersebut juga menunjukkan penghormatannya kepada kyai tersebut.

Secara umum caleg yang gambar balehonya dipotret oleh peneliti menampilkan photo mereka saja. Secara tidak langsung ini menunjukkan bahwa mereka memiliki kepercayaan tinggi untuk

memperkenalkan diri pribadi kepada masyarakat, tanpa harus bersandar pada tokoh-tokoh seperti pimpinan partai maupun kyai pendukung partainya. Mereka memberi kesan kepada pemilih bahwa mereka adalah orang-orang yang kompeten untuk menjadi anggota DPRD Sidoarjo.

Beberapa caleg perempuan juga mencantumkan slogan-slogan yang membangkitkan semangat para pemilih untuk memilih mereka. Misalnya, slogan jujur dan amanah, siap, setia, berani, berjuang untuk kemaslahatan, peduli, mampu dan amanah, penyambung lidah untuk kesejahteraan dan keadilan masyarakat, dan muda, cerdas, berani, jujur. Dari slogan-slogan para caleg ini, terlihat tidak ada slogan yang secara khusus ditujukan untuk para pemilih perempuan,

Caleg perempuan juga menjadi juru-juru kampanye bagi partainya pada kampanye pengerahan massa. Akan tetapi jumlah mereka sangat kecil jika dibandingkan dengan caleg laki-laki. Secara umum tidak dapat perbedaan yang mencolok antara isu-isu yang dikemukakan oleh para caleg perempuan dan laki-laki yaitu isu-isu yang berkenaan dengan pemberantasan korupsi dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Namun tidak seperti halnya caleg laki-laki yang tidak menyinggung tentang kaum perempuan, caleg perempuan dalam orasinya menyinggung masalah peningkatan posisi kaum perempuan di masyarakat.

Hasil Pemilu 2009: Jumlah Perempuan di DPRD Sidoarjo Periode 2009–2014

Sukses tidaknya usaha yang dilakukan para aktifis perempuan untuk meningkatkan jumlah keterwakilan perempuan di DPRD tentu bisa dilihat dari meningkat atau tidaknya jumlah mereka di lembaga legislatif ini dari Pemilu yang satu ke Pemilu berikutnya.

Dari hasil Pemilu 2009 ini ternyata terjadi peningkatan yang cukup besar pada keterwakilan perempuan di DPRD Sidoarjo. Jika Pemilu 2004 hanya menghasilkan 1 orang anggota perempuan dari 45 orang total anggota DPRD Sidoarjo (2,2%), maka pemilu 2009 telah meningkatkan jumlah mereka menjadi 7 orang di antara 50 total anggota (14%). Dengan kata lain terjadi peningkatan sebesar 536,4%. Ini menunjukkan bahwa kerja keras yang dilakukan oleh para caleg perempuan cukup berhasil, apalagi jika mengingat posisi mereka yang secara umum berada pada nomor urut bawah di dalam daftar caleg.

Pandangan Caleg Perempuan Terpilih Terhadap Sistem Pemilu 2009

Hasil Pemilu 2009 di Sidoarjo membantah anggapan bahwa sistem Pemilu PR dengan daftar terbuka tidak ramah pada perempuan, seperti yang dikhawatirkan oleh cukup banyak aktifis perempuan. Faktanya jumlah perempuan di DPRD Sidoarjo meningkat secara cukup signifikan. PD bahkan hampir mencapai angka 30% untuk keterwakilan perempuannya. PKB tetap bisa mempertahankan 1 orang perempuan yang merupakan wakil mereka sebelumnya. PAN berhasil menempatkan 1 orang wakil perempuan, keberhasilan yang belum pernah terjadi sebelumnya (sejak Pemilu 1999, Pemilu pertama di era reformasi). Yang cukup istimewa, Gerindra dan PKNU sebagai partai-partai baru ternyata berhasil meraih kursi di DPRD Sidoarjo, dan berhasil juga menempatkan perempuan sebagai wakilnya.

Meskipun demikian ada beberapa masalah dan kendala yang cukup penting di analisis dari penggunaan sistem ini. Misalnya, besarnya biaya kampanye yang dikeluarkan oleh para caleg, aspek-aspek yang melatarbelakangi perilaku pemilih, apakah mereka memilih berdasarkan kualitas caleg atau keuntungan material yang diperoleh pada saat masa kampanye, kontinuitas kaderisasi di partai-partai politik dan sebagainya.

Para caleg perempuan yang telah berhasil memenangkan Pemilu sehingga menjadi anggota DPRD kabupaten Sidoarjo menuturkan bahwa sistem Pemilu PR dengan daftar terbuka menguras waktu, tenaga dan biaya yang besar. Meskipun tidak semua dari mereka mengeluarkan jumlah dana uang besar karena dibantu oleh orang-orang yang dekat dengannya, atau dibantu oleh kedudukannya sebagai *incumbent*. Salah satu dari mereka berpendapat bahwa sistem ini bisa melunturkan kesetiaan atau pengabdian politisi kepada partainya, karena anggapan bahwa dia berjuang sendiri untuk kesuksesan dirinya, bukan partainya. Buktinya tidak banyak partai yang melakukan kampanye dengan pengerahan massa karena kekurangan dana. Para caleg sulit untuk diajak '*urunan*' dana kampanye karena mereka sendiri memerlukan dana untuk kampanye pribadi. Besarnya dana yang dikeluarkan tersebut belum tentu menyebabkan keberhasilan caleg, sehingga banyak juga caleg yang kemudian menjadi stress dan depressi. Karenanya perlu dipikirkan cara-cara untuk merubah sistem Pemilu pada Pemilu mendatang. Jika sistem Pemilu PR dengan daftar terbuka tidak dirubah, maka

pengawasan terhadap jalannya Pemilu, termasuk kampanye, harus benar-benar diawasi dengan baik.

Simpulan

Kampanye merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan partai politik dan caleg dalam Pemilu. Dalam kampanye partai politik dan caleg-caleg dapat mengemukakan isu-isu atau program yang dapat menarik perhatian para pemilih untuk memilih mereka. Karenanya, penting bagi partai dan caleg untuk mengkemas kampanye mereka sebaik mungkin.

Model-model kampanye partai-partai politik dan caleg dipengaruhi oleh sistem Pemilu. Pada masa pemerintahan orde baru, misalnya, kampanye Pemilu dilakukan dengan model rapat umum (*public rally*) dengan pengerahan massa, dilakukan di tempat-tempat umum yang bisa menampung peserta dalam jumlah yang besar. Pada masa reformasi, kampanye model ini tetap dilaksanakan tetapi dengan intensitas yang berbeda. Pada Pemilu 1999 sesuai dengan sistem pemilu PR dengan daftar tertutup, kampanye dengan pengarahannya ini menjadi model favorit. Akan tetapi, pada Pemilu 2004, disamping *public rally*, caleg-caleg juga mulai berkampanye secara individu melalui stiker, spanduk, atau pamflet. Pada Pemilu 2009, intensitas kampanye dengan pengerahan massa mulai berkurang, dan intensitas kampanye caleg secara individu semakin meningkat. Spanduk, baliho, stiker, pamflet, kalender, souvenir, bahkan sembako dari caleg mengahampiri para konstituen, mulai di sisi-sisi jalan sampai ke rumah-rumah warga. Ini terjadi karena sistem Pemilu yang dipakai adalah dengan sistem PR dengan daftar terbuka. Siapa yang berhasil memperoleh suara terbesar dia akan terpilih menjadi anggota DPR/D asalkan partainya mampu memperoleh kursi di DPR/D tersebut.

Para caleg perempuan DPRD kabupaten Sidoarjo yang ikut dalam pertarungan memperebutkan kursi lembaga pembuat kebijakan ini juga melakukan kampanye untuk mempromosikan diri mereka. Mereka juga berusaha untuk bisa membujuk pemilih untuk memilih mereka. Sistem PR dengan daftar terbuka itu telah memberikan motivasi bagi mereka untuk bisa merebut kursi di DPRD kabupaten Sidoarjo.

Pemilu 2009 yang menggunakan sistem PR dengan daftar terbuka telah berhasil meningkatkan jumlah perempuan di DPRD kabupaten Sidoarjo secara cukup signifikan. Jika dalam Pemilu 2004 hanya terpilih satu perempuan di antara 45 total

anggota DPRD kabupaten Sidoarjo (2,2%), maka pada Pemilu 2009 jumlah perempuan yang terpilih adalah 7 dari 50 orang total anggota (14%). Ini berarti terdapat kenaikan sebesar 536,4%. Partai Demokrat, sebagai pemenang Pemilu di Sidoarjo, bahkan berhasil menempatkan 3 orang wakil perempuan di antara 11 orang anggota DPRD kabupaten Sidoarjo yang terpilih dari partai ini (27,3%). Bukan tidak mungkin jumlah perempuan di DPRD kabupaten Sidoarjo akan terus meningkat pada pemilu-pemilu yang akan datang jika masyarakat semakin mempercayakan perempuan untuk menjadi wakil mereka.

Meskipun untuk Pemilu 2009 ini sistem PR dengan daftar terbuka berhasil meningkatkan jumlah perempuan di DPRD kabupaten Sidoarjo, sistem Pemilu ini memungkinkan munculnya berbagai masalah. Misalnya masalah yang menyangkut uang, kekhawatiran bagi partai politik bahwa kader-kadernya akan berkurang kesetiiaannya, serta kekhawatiran terhadap ide perwakilan yang substantif dapat terlaksana atau tidak, apakah mereka yang terpilih, terpilih karena uang semata-mata atau karena kemampuan dan kapasitas mereka untuk menjadi wakil rakyat. Tentu semua kekhawatiran ini dapat dijadikan pengamatan dalam perjalanan para anggota DPRD Sidoarjo yang terpilih saat ini, termasuk juga tentunya para anggota DPRD Sidoarjo yang perempuan.

Daftar Pustaka

- Babbie, E (1995) *The Practice of Social Research*. Bemonth: Wadsworth Publishing Company.
- Bacchi, C (2006) Arguing for and against quota: Theoretical issues. In Drude Dahlerup (ed). *Women, Quotas and Politics*. New York: Routledge, pp. 32–51.
- Cwalina, W, Falkowski, A & Newman, BI (2009) Political Mangement and Marketing. In: Johnson, DW (ed). *Routledge Handbook of Political Management*. New York: Routledge. pp 67–80.
- Dabelko, K & Hernnson, PS (1997) Women's and men's campaigns for the U.S. House of Representatives. *Political Research Quarterly*, 50 (1): 121–135.
- Kotler, N & Kotler, P (1999) *Political marketing: Generating effective candidates, campaign and causes*. Dalam: BL Newman (ed). *Handbook of Political Marketing*. Thousand Oaks: Sage Publication, Inc, pp 3–18.
- KPU Kabupaten Sidoarjo (2009) *Daftar Nama Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Sidoarjo Terpilih Pemilihan Umum Tahun 2009*.
- Kunovich, S & Paxton, P (2005) pathways to power: The role of political parties in women's national political representation. *American Journal of Sociology* Vol. 111 (2): 505–552.
- Matland, ER (2006) Enhancing Women's Political Representation: Legislative Recruitment and Electoral Systems. [Accessed 27 April 2006]. <http://www.idea.int/publications/wip2/index.cfm>.
- Norris, P (2004) *Electoral Engineering: Voting Roles and Political Behavior*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sides, J (2006) The origin of campaign agendas. *B.J.Pol. S*, 36: 407–436.
- UU RI Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD.
- Siregar, WZ (2005) Parliamentary representation of women in Indonesia: Struggle for a Quota. In: *Asian Journal of Women's Studies (AJWS)* 11 (3): 36–72.
- Steger, WP (1999) The Permanent campaign: Marketing from the hill. In: BL Newman (ed). *Handbook of Political Marketing*. London: Sage Publications Inc. 661–684.
- Wlezien, C & Norris, P (2005) Conclusion: Whether the cCampaign mattered and how. *Parliamentary Affairs* 58 (4): 871–888.