

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Dalam Cangara mengenai komunikasi politik (2009:291-292) menyatakan bahwa istilah strategi berasal dari bahasa Yunani klasik. Yang pertama adalah kata "*stratus*" yang artinya tentara. Dan kedua adalah kata "*agein*" yang berarti memimpin. Bila diartikan menurut kedua kata tersebut, strategi berarti memimpin tentara.

Selain itu dalam bahasa Yunani, strategi juga disebutkan melalui kata *strategos* yang artinya suatu usaha untuk mencapai suatu kemenangan dalam suatu peperangan yang awalnya digunakan dalam lingkungan militer namun istilah strategi digunakan dalam berbagai bidang yang memiliki arti yang relatif sama. Dalam istilah yang berbeda, istilah strategi yang juga berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* yang diartikan sebagai "*the art of the general*" atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan.

Clausewitz (Arifin,2003:161) berpendapat bahwa pengertian strategi adalah “pengetahuan tentang penggunaan pertempuran untuk memenangkan peperangan”. Menurut Morrisey (Nimmo,2005:121), strategi adalah “proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa, dan pasarnya di masa depan”.

Berbeda dengan pendapat sebelumnya, menurut Hamel dan Prahalad (Nimmo,2005:121) , pengertian strategi adalah “tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan”. Strategi lebih mengarah pada tindakan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan. Didalam strategi terdapat susunan atau langkah-langkah tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan.

Menurut Mintzberg (2007) yang dikutip dalam Morisanny (2001), konsep strategi mencakup lima arti yang saling terkait, dimana strategi adalah suatu:

1. Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya.
2. Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
3. Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.

4. Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktivitasnya.
5. Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing.

2. Strategi Politik

Menurut Beaufre (Nimmo,2005:123), strategi politik diartikan sebagai seni yang menggunakan semua kekuatan untuk mencapai semua tujuan-tujuan yang ditetapkan oleh politik, dan diartikan juga sebagai keseluruhan keputusan-keputusan kondisional yang menetapkan tindakan-tindakan yang harus dijalankan guna menghadapi setiap keadaan yang mungkin terjadi di masa depan. Dalam menyusun strategi dibutuhkan persiapan, pertimbangan dan perhitungan yang matang sehingga dapat memunculkan ide-ide yang kreatif yang dapat digunakan sebagai acuan dalam melangkah dan mengambil suatu keputusan dalam menentukan strategi. Dalam politik terdapat strategi.

Berdasarkan pendapat Prihatmoko dan Moesafa (2008:158) mengenai strategi adalah segala rencana dan tindakan yang dilakukan untuk memperoleh kemenangan dalam pemilu. Didalam konsep strategi mencakup kegiatan menganalisa kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh serta mengetahui metode pendekatan yang dibutuhkan kepada pemilih. Menurut Nursal (2004:159-160), beberapa strategi politik yang dapat dilakukan untuk memenangkan suara dalam pemilu yaitu :

1. Strategi Penguatan (*Reinforcement Strategy*)
Strategi ini dilakukan oleh kandidat yang telah dipilih dengan membuktikan janji-janji dalam kampanye misalnya melalui pembuatan dan penerapan kebijakan yang pro-rakyat, anggaran berorientasi pada gender serta hal-hal yang dapat menguatkan pemilih untuk terus mendukung kandidat pada pemilihan selanjutnya.
2. Strategi Rasionalisasi (*Rationalization Strategy*)
Strategi ini dilakukan pada saat kinerja kandidat tidak sesuai dengan citra yang telah dibangun. Perlu adanya rasionalisasi strategi agar citra yang dibangun tidak tercoreng pada saat pilkada selanjutnya.
3. Strategi Bujukan (*Inducement Strategy*)
Strategi ini diterapkan pada saat citra kandidat tidak sesuai dengan persepsi atau harapan masyarakat meskipun kinerja kandidat yang bersangkutan sudah baik dimata pemilih.
4. Strategi Konfrontasi (*Confrontation Strategy*)
Strategi ini dilakukan kepada para kandidat yang salah menentukan citra yang tidak sesuai dengan kinerja yang dilakukan. Diperlukan pembaharuan citra dan kinerja dalam memenangkan pemilihan selanjutnya.

3. Jenis-Jenis Strategi

Menurut Schroder (2004:162), jenis-jenis strategi terdiri dari :

- a. Strategi Offensif
Strategi offensif dibutuhkan saat partai ingin meningkatkan jumlah pemilih atau apabila kandidat legislatif ingin mengimplementasikan sebuah program yang telah direncanakan. Strategi untuk memperluas jangkauan dan menembus area baru merupakan konsep dalam strategi offensif.
- b. Strategi Deffensif
Strategi deffensif muncul apabila partai pemerintah atau koalisi pemerintah yang terdiri dari beberapa partai ingin mempertahankan mayoritas pendukungnya.

B. Pemberdayaan Perempuan

1. Konsep Gender dan Pemberdayaan Perempuan

Menurut Fakih (2004:8-9), gender merupakan suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural. Perempuan dikenal lemah lembut, cantik, emosional dan keibuan. Laki - laki dinilai kuat, rasional, jantan, dan perkasa. Sifat dan ciri yang ada di laki-laki dan perempuan ini dapat dipertukarkan seiring perjalanan waktu dan dapat berbeda dari tempat ke tempat, inilah yang disebut konsep gender.

Siti Musdah Mulia dan Marzani Anwar (Nugroho,2004; 11), gender dan jenis kelamin merupakan hal yang berbeda. Jenis kelamin adalah perbedaan biologis hormonal dan patologis antara perempuan dan laki-laki yang memiliki susunan bentuk dan organ tubuh yang berbeda. Sedangkan gender adalah seperangkat peran, sikap, tanggung jawab, fungsi dan hak dan perilaku yang melekat pada diri laki laki dan perempuan akibat bentukan budaya atau lingkungan masyarakat tempat manusia itu tumbuh dan dibesarkan.

Adapun yang dimaksud gender adalah persoalan yang menyangkut perbedaan tugas, fungsi dan peran yang diberikan oleh masyarakat terhadap laki-laki dan perempuan baik dalam kehidupan pribadi ataupun sosial. Gender terbentuk melalui proses sosial yang banyak dipengaruhi oleh pranata sosial, adat istiadat, kebiasaan, tradisi, factor geografis, demografis serta lingkungan. Maka dari itu gender dapat berubah,

berbeda antar daerah yang satu dengan yang lain dan dapat diperbaharui setiap saat.

Bronislaw Malinowski (Hadiz, 2004:403) menyimpulkan bahwa sistem kebudayaan masyarakat memungkinkan wanita berada pada posisi subordinasi, meskipun telah berperan ganda. Selain berperan dalam sektor domestik (sebagai ibu rumah tangga), perempuan juga menjalankan fungsi ekonomi dengan melakukan pekerjaan diluar rumah untuk mencari penghasilan.

Hal lain mengenai indikator untuk menjelaskan atau menilai seberapa besar kekuasaan yang dimiliki perempuan dikemukakan oleh Nadia Hijab (Hadiz,2004:405) terdiri dari tiga indikator. Pertama, partisipasi dalam proses demokrasi. Kedua, undang-undang yang mengatur masalah status personal. Dan ketiga, akses perempuan dalam pendidikan dan gaji kerja. Semakin banyak wanita yang terwakili dalam lembaga pemerintahan maka semakin banyak muncul undang-undang yang memberi persamaan hak pada pencapaian status personal tanpa membedakan jenis kelamin.

Konsep gender yang terpenting dalam kegiatan politik adalah tentang pemerataan kesempatan gender dan kesetaraan gender. Pemerataan kesempatan gender menggambarkan upaya pemberian kesamaan peluang bagi laki-laki dan perempuan untuk ikut berpartisipasi, melakukan kontrol atas dan memperoleh manfaat pembangunan. Kesetaraan gender merupakan pola hubungan yang seimbang antara laki laki dan perempuan

sebagai manusia agar mampu berpartisipasi, memiliki kesempatan dan control, serta memperoleh manfaat dalam kegiatan pembangunan.

Analisis mengenai gender merupakan suatu proses yang dibangun secara sistematis untuk mengidentifikasi dan memahami beberapa hal, yaitu pembagian kerja atau peran laki laki dan perempuan, kesempatan dan kontrol terhadap sumber-sumber daya pembangunan, partisipasi dalam proses pembangunan dan manfaat yang mereka nikmati, dan pola hubungan antara laki-laki dan perempuan yang timpang yang dalam pelaksanaannya memperhatikan faktor-faktor lainnya seperti ekonomi, sosial, budaya agama dan suku bangsa.

Konsep pemberdayaan yang dikemukakan oleh Prijono dan Pranaka (1996: 2-8) menjelaskan konsep pemberdayaan (*empowerment*) dilihat dari perkembangan konsep dan pengertian yang disajikan dalam beberapa catatan kepustakaan, dan penerapannya dalam kehidupan masyarakat. Sulistiyani (2004:7) yang dikutip dalam Jurnal Universitas Negeri Yogja (<http://eprints.uny.ac.id/7803/3/BAB%202-07404244051.pdf>: diakses pada 09 Maret 2014 pukul 20.35) menjelaskan bahwa secara etimologis pemberdayaan berasal dari kata dasar daya yang berarti kekuatan atau kemampuan.

Pemberdayaan dimaknai sebagai proses untuk memperoleh daya, kekuatan atau kemampuan, dan atau pemberian daya, kekuatan atau kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum

berdaya. Dikemukakan oleh Merriam Webster dan Oxford English Dictionary kata "empower" mengandung dua arti.

Yang pertama adalah *to give power of authority* dan pengertian kedua berarti *to give ability to or enable*. Dalam pengertian pertama diartikan sebagai memberi kekuasaan, mengalihkan kekuasaan, atau mendelegasikan otoritas ke pihak lain. Sedangkan, dalam pengertian kedua, diartikan sebagai upaya untuk memberikan kemampuan atau keberdayaan. Pemberdayaan merupakan upaya meningkatkan kemampuan individu dengan menggali segala potensi yang dimiliki oleh individu tersebut baik menurut kemampuan keahlian (*skill*) ataupun pengetahuan (*knowledge*).

Pada intinya pemberdayaan yang dikemukakan oleh Prijono dan Pranarka, (1996: 2-8) adalah

“membantu seseorang untuk memperoleh daya untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan dilakukan terkait dengan diri mereka termasuk mengurangi hambatan pribadi dan sosial. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang dimiliki antara lain dengan transfer daya dari lingkungannya”.

Dalam konsep pemberdayaan, menurut Prijono dan Pranarka (1996:5), manusia adalah subyek dari dirinya sendiri. Proses pemberdayaan yang menekankan pada proses memberikan kemampuan kepada masyarakat agar menjadi berdaya, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan pilihan hidupnya. Dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan perempuan adalah suatu upaya membangkitkan kemampuan, potensi dan peran aktif

perempuan baik itu dalam bidang ekonomi, politik, budaya, pendidikan, pemerintahan dan bidang lainnya.

Tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan adalah membentuk individu menjadi mandiri baik dalam berfikir, bertindak dan mengendalikan diri. Pemberdayaan perempuan adalah suatu upaya membangkitkan kemampuan, potensi dan peran aktif perempuan. Perempuan yang memiliki sifat lebih pintar, berkarakter, ulet, lembut dan sabar dinilai cukup berpotensi untuk diberdayakan diberbagai sektor kehidupan. Peran perempuan dibalik keberhasilan seseorang menjadi nilai yang diperhitungkan. Secara khusus dalam bidang politik, perempuan memiliki tempat karena perjuangannya untuk dapat disejajarkan oleh kaum pria menjadi salah satu contoh kemampuan perempuan dalam bidang politik.

Pemberdayaan (*empowerment*) menurut Sumodiningrat (1999) merupakan serangkaian upaya untuk meningkatkan kemampuan dan memperluas akses terhadap suatu kondisi untuk mendorong kemandirian yang berkelanjutan (tanggap dan kritis terhadap perubahan) serta mampu berperan aktif dalam menentukan nasibnya sendiri, melalui penciptaan peluang yang seluas-luasnya agar mampu berpartisipasi.

Menurut Moser (Daulay:2008) pendekatan pemberdayaan (*empowerment*) perempuan menginginkan agar perempuan mempunyai kontrol terhadap beberapa sumber materi dan non materi yang penting dan pembagian kembali kekuasaan di dalam maupun diantara masyarakat. Yang diperjuangkan dalam pemberdayaan perempuan adalah pemenuhan hak

mereka dalam menentukan pilihan dalam kehidupan dan memengaruhi arah perubahan melalui kesanggupan melakukan kontrol atas sumber daya material dan non material.

Kedudukan perempuan di Indonesia secara formal cukup kuat karena terdapat banyak ketentuan dalam undang-undang yang memberi perlindungan secara hukum kepada perempuan. Didukung pula dengan adanya kesepakatan perjanjian mengenai Hak Politik Perempuan (*Convention on the Political Right of Women*) dan perjanjian mengenai Penghapusan Diskriminasi terhadap Perempuan (*Convention on the Political Elimination of All Forms of Discrimination against Women / CEDAW*).

Pemberdayaan perempuan secara positif akan memberikan kesempatan yang baik bagi meningkatnya kualitas dan derajat perempuan diberbagai bidang namun tetap pada koridor yang benar. Dalam konteks pemberdayaan bagi perempuan, menurut Katjasungkana dalam diskusi Tim Perumus Strategi Pembangunan Nasional (Nugroho, 2008) mengemukakan, ada empat indikator pemberdayaan.

1. Akses, dalam arti kesamaan hak dalam mengakses sumber daya-sumber daya produktif di dalam lingkungan.
2. Partisipasi, yaitu keikutsertaan dalam mendayagunakan asset atau sumber daya yang terbatas tersebut.
3. Kontrol, yaitu bahwa lelaki dan perempuan mempunyai kesempatan yang sama untuk melakukan kontrol atas pemanfaatan sumber daya-sumber daya tersebut.
4. Manfaat, yaitu bahwa lelaki dan perempuan harus sama-sama menikmati hasil-hasil pemanfaatan sumber daya atau pembangunan secara bersama dan setara.

Sumodiningrat (Nugroho:2008) menjelaskan untuk melakukan pemberdayaan perlu tiga langkah yang berkesinambungan, yaitu :

- 1) Pemihakan, artinya perempuan sebagai pihak yang diberdayakan harus dipihaki daripada laki-laki.
- 2) Penyiapan, artinya pemberdayaan menuntut kemampuan perempuan untuk bisa ikut mengakses, berpartisipasi, mengontrol, dan mengambil manfaat.
- 3) Perlindungan, artinya memberikan proteksi sampai dapat dilepas.

2. Strategi Pemberdayaan Perempuan

Menurut Moser (Daulay: 2008), strategi pemberdayaan bukan bermaksud menciptakan perempuan lebih unggul dari laki-laki. Konsep strategi pemberdayaan perempuan yang dimaksud oleh Moser (1993) adalah untuk meningkatkan kemandirian dan kemampuan internal perempuan. Strategi pemberdayaan perempuan dilakukan melalui pendekatan pemberdayaan atau *GAD (Gender and Development)*. Pendekatan pemberdayaan memahami tujuan pembangunan bagi perempuan adalah dalam hal kemandirian dan kekuatan internal.

Strategi pemberdayaan perempuan dalam kampanye pemilu memberikan peluang kepada perempuan untuk ikut serta dalam kegiatan politik secara khusus dalam kampanye pemilu. Berdasarkan program dan kegiatan yang akan menjadi fokus Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dalam pemberdayaan perempuan untuk pemilu tahun 2014 adalah dengan meningkatkan kualitas dan keterwakilan perempuan

dalam legislatif serta upaya pemenuhan kuota 30% perempuan dalam parlemen.

Salah satu tujuan pemberdayaan perempuan dalam kampanye pemilu adalah untuk menghilangkan diskriminasi gender dimana peran dan keikutsertaan perempuan dalam proses pemilu tidak lebih banyak dibandingkan kaum laki-laki. Beberapa hambatan yang sering muncul dalam pemberdayaan perempuan dalam kampanye pemilu adalah :

- 1) Budaya di Indonesia yang masih sangat kental asas patriarkai. Persepsi yang sering dipegang adalah bahwa arena politik adalah untuk laki-laki, dan bahwa tidaklah pantas bagi wanita untuk menjadi anggota parlemen.
- 2) Proses seleksi dalam partai politik. Seleksi terhadap para kandidat biasanya dilakukan oleh sekelompok kecil pejabat atau pimpinan partai, yang hampir selalu laki-laki. Termasuk Indonesia, kesadaran mengenai kesetaraan gender dan keadilan masih rendah, pemimpin laki-laki dari partai-partai politik mempunyai pengaruh yang tidak proporsional terhadap politik partai, khususnya dalam hal gender. Perempuan tidak memperoleh banyak dukungan dari partai-partai politik karena struktur kepemimpinannya didominasi oleh kaum laki-laki.
- 3) Media yang berperan penting dalam membangun opini publik mengenai pentingnya representasi perempuan dalam parlemen.
- 4) Tidak adanya jaringan antara organisasi massa, LSM dan partai politik untuk memperjuangkan representasi perempuan.
- 5) Faktor ekonomi dan pendidikan perempuan masih rendah.
- 6) Faktor keluarga.

(<http://www.idea.int/publications/wip/upload/cs-indonesia.pdf> diakses pada 09 Maret 2014 pukul 20.40)

Dengan adanya hambatan-hambatan tersebut, muncullah strategi pemberdayaan perempuan yang bertujuan untuk menghilangkan hambatan serta diskriminasi yang terjadi terhadap perempuan dalam politik, yaitu :

1. Adanya advokasi

Berkaitan dengan perlindungan perempuan dalam aspek hukum dengan tujuan melindungi hak perempuan dalam politik.

2. Memberikan akses

Akses diberikan kepada perempuan misalnya dimudahkan dalam informasi, diberikan kesempatan memegang jabatan dalam organisasi atau partai, dan memberikan ruang kepada perempuan untuk menyampaikan aspirasi.

3. Perempuan dalam Badan Pengendali Pemilu (Bapilu)

Keikutsertaan perempuan dalam badan pengendali pemilu di partai sebagai bagian dari proses pemilu.

Berdasarkan pemaparan diatas, keberhasilan pemberdayaan perempuan dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu :

1. Kemandirian

Kemandirian didefinisikan oleh Masrun (1986:8) adalah

“suatu sikap yang memungkinkan seseorang untuk bertindak bebas, melakukan sesuatu atas dorongan sendiri dan untuk kebutuhannya sendiri tanpa bantuan orang lain maupun bertindak kreatif dan penuh inisiatif, mampu mempengaruhi, mempunyai rasa percaya diri dan memperoleh kepuasan dari usahanya”.

Menurut Brawer (Thoha, 1993:121) kemandirian adalah

“suatu perasaan otonomi, sehingga pengertian perilaku mandiri adalah suatu kepercayaan diri sendiri, dan perasaan

otonomi diartikan sebagai perilaku yang terdapat dalam diri seseorang yang timbul karena kekuatan dorongan dari dalam dan tidak terpengaruh oleh orang lain”.

Antonius, (2002,145) menyimpulkan bahwa

“mandiri berarti mampu bertindak sesuai keadaan tanpa meminta atau tergantung pada orang lain. Mandiri digambarkan sebagai situasi dimana seseorang mau dan mampu mewujudkan kehendak/keinginan dirinya yang terlihat dalam tindakan/perbuatan nyata guna menghasilkan sesuatu demi pemenuhan kebutuhan hidupnya dan sesamanya”.

Ciri kemandirian dirumuskan oleh Thoha (1993:123) diantaranya adalah :

- a. Ada rasa tanggungjawab
- b. Memiliki pertimbangan dalam menilai problem yang dihadapi secara intelegen
- c. Adanya perasaan aman bila memiliki pendapat yang berbeda dengan yang lain
- d. Adanya sikap kreatif sehingga menghasilkan ide yang berguna bagi orang lain

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli maka dapat ditarik kesimpulan mengenai kemandirian. Yang dimaksud dengan kemandirian adalah suatu sikap atau tindakan yang dilakukan melalui pengembangan kemampuan dan potensi yang ada dalam diri seseorang sehingga dapat memaksimalkan potensi dalam diri untuk bertanggung jawab dan memiliki ide kreatif dalam mencapai suatu target yang telah direncanakan. Kemandirian akan memberikan dampak yang positif dalam diri seseorang untuk bersikap secara otonom.

2. Partisipasi

Definisi partisipasi dirumuskan oleh Slameto (1995) adalah pemusatan energi psikis yang tertuju pada suatu obyek, dan juga meliputi banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai sesuatu aktivitas yang sedang dilakukan. Menurut Bedjo (1996), yang dimaksudkan dengan partisipasi adalah perilaku yang memberikan pemikiran terhadap sesuatu atau seseorang. Perilaku merupakan aktivitas yang dilakukan seseorang dalam hubungannya dengan pemilihan rangsangan yang dari luar lingkungannya.

Partisipasi menurut Hoofsteede (Khairuddin, 2000) adalah "*The taking part in one or more phases of the process*" yang artinya mengambil bagian dalam suatu tahap atau lebih dari suatu proses, dalam hal ini proses pembangunan. Aspek partisipasi merupakan keikutsertaan atau partisipasi seseorang atau kelompok dalam kegiatan dan atau dalam pengambilan keputusan.

Prinsip dalam partisipasi adalah melibatkan atau peran serta masyarakat secara langsung, dan hanya mungkin dicapai jika masyarakat sendiri ikut ambil bagian, sejak dari awal, proses dan perumusan hasil. Keterlibatan masyarakat akan menjadi penjamin bagi suatu proses yang baik dan benar. Partisipasi memberikan kesempatan untuk mengembangkan dan melatih kemampuan melalui partisipasi secara langsung.

3. Kesetaraan Gender

Kesetaraan gender yang dirumuskan oleh Unesco, (2002) adalah

“suatu kondisi dimana semua manusia (baik laki-laki maupun perempuan) bebas mengembangkan kemampuan personal mereka dan membuat pilihan-pilihan tanpa dibatasi oleh stereotype, peran gender yang kaku. Hal ini bukan berarti bahwa perempuan dan laki-laki harus selalu sama, tetapi hak, tanggung jawab dan kesempatannya tidak dipengaruhi oleh apakah mereka dilahirkan sebagai laki-laki atau perempuan”.

Kesetaraan gender adalah kesamaan kondisi bagi laki-laki dan perempuan untuk memperoleh kesempatan serta hak-haknya sebagai manusia, agar mampu berperan dan berpartisipasi dalam kegiatan politik, hukum, ekonomi, sosial budaya, pendidikan dan pertahanan dan keamanan nasional (hankamnas) serta kesamaan dalam menikmati hasil pembangunan.

Terwujudnya kesetaraan gender ditandai dengan tidak adanya diskriminasi antara perempuan dan laki-laki, dan dengan demikian mereka memiliki akses, kesempatan berpartisipasi, kontrol atas pembangunan dan memperoleh manfaat yang setara dan adil dari pembangunan.

3. Perempuan Dalam Politik

Tujuan keberadaan perempuan dalam parlemen hendaknya dapat mempengaruhi proses politik yang terjadi di dalam parlemen dengan perspektif gender. Menurut Subono (2009:79) representasi politik perempuan menjadi sesuatu yang sangat penting karena beberapa hal.

Pertama, dapat dikatakan bahwa tidak ada demokrasi sejati (*no true democracy*) dan tidak ada partisipasi masyarakat yang sesungguhnya (*no true people's participation*) dalam pemerintahan dan pembangunan, tanpa adanya partisipasi yang setara antara laki-laki dan perempuan.

Kedua, tujuan pembangunan tidak akan dapat dicapai tanpa adanya partisipasi perempuan, bukan hanya dalam pembangunan tetapi juga dalam menentukan tujuan dari pembangunan itu sendiri. Representasi politik perempuan adalah untuk menentukan perspektif dan tujuan pembangunan yang berpihak pada kepentingan perempuan.

Ketiga, partisipasi perempuan akan membawa prioritas dan perspektif baru yang lebih berpihak kepada masyarakat, terutama perempuan dan anak. Hasil signifikan yang diharapkan dari representasi perempuan adalah terwujudnya kesetaraan gender melalui parlemen. Hal ini ditunjukkan antara lain dengan semakin banyaknya undang-undang yang sensitif gender dan Anggaran Responsif Gender (ARG).

Ada beberapa tahapan yang perlu dilakukan untuk mewujudkannya, antara lain: pertama, perempuan harus memahami secara mendalam mengenai fungsi dan wewenangnya sebagai anggota parlemen, agar dapat memanfaatkannya untuk memperjuangkan agenda perempuan. Kedua, perempuan harus memahami tujuan keterlibatannya di dalam parlemen, bukan hanya sebagai perpanjangan tangan partai, tetapi karena berjenis kelamin perempuan sehingga diharapkan dapat menyuarakan kepentingan kaumnya. Ketiga, perlu dilakukan upaya peningkatan kapasitas sebagai

perempuan dan pemahaman mengenai Pengarusutamaan Gender dalam parlemen. Menurut Suryohadiprojo (1987:237),

Kemampuan wanita memang makin kelihatan dalam berbagai macam pekerjaan dan profesi. Hampir tidak ada lagi pekerjaan yang tak dapat dikerjakan oleh wanita seperti yang dikerjakan oleh pria. Dan kualitas pekerjaannya tidak lebih rendah dari pria, kecuali kalau pekerjaan itu menuntut tenaga fisik yang besar, seperti pekerjaan buruh pelabuhan. Sebaliknya ada pekerja yang lebih tepat dilakukan oleh wanita karena lebih menuntut sifat-sifat kewanitaannya.

Kemajuan dan profesi perempuan diperoleh melalui usaha, maka dari itu

Hall (dalam Tan, 1991:105) :

Kaum perempuan sendiri harus bekerja keras, dengan bekerjasama untuk menjamin agar suara didengar dan perspektif mereka dibeberkan dimeja tempat pengambilan keputusan. Perempuan harus mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan baru termasuk tugas mengambil keputusan di tangan sendiri.

Peran wanita secara sederhana dikemukakan oleh Suwondo (1981:266)

adalah :

- a. Sebagai warga Negara dalam hubungannya dengan hak-hak dalam bidang sipil dan politik, termasuk perlakuan terhadap wanita dalam partisipasi tenaga kerja; yang dapat disebut fungsi ekstern.
- b. Sebagai ibu dalam rumah tangga dan istri dalam hubungan rumah tangga; yang dapat disebut fungsi intern.

Wanita Indonesia memiliki peranan dalam pembangunan di bidang politik, baik terlibat dalam kepartaian, legislative maupun dalam pemerintahan. Hak suara perempuan memiliki kesejajaran dengan kaum laki-laki dalam hal mengambil dan menentukan keputusan. Dalam kenyataannya, hak-hak

politik yang dimiliki perempuan tidak sesuai dengan harapan seperti yang dikemukakan oleh Suwondo (1981:141) yaitu :

1. Kenyataan bahwa jumlah wanita yang duduk dalam badan-badan legislative belum memadai, disebabkan oleh sistem pencalonan melalui daftar calon, dimana wanita dicantumkan dibagian bawah dari daftar
2. Kenyataan yang menunjukkan bahwa kedudukan/jabatan penentuan kebijaksanaan belum banyak diisi oleh kaum wanita. Maka dalam rencana Kegiatan Nasional Wanita Indonesia antara lain disarankan mengenai bidang ini

Peran perempuan dalam pembangunan dalam bidang politik perlu adanya peningkatan porsi yang seimbang dengan laki-laki didukung dengan adanya pendapat Yusuf (dalam Tan, 1991:35) adalah

dibidang kehidupan politik, baik segi eksekutif, legislative maupun yudukatifnya, kepemimpinan perempuan telah mulai diperhitungkan walaupun belum seimbang dengan proporsinya dalam jumlah masyarakat. Jumlah menteri dalam kabinet Terbatas, itupun hanya kepentingan tertentu saja, mestinya ditambah.

Selain itu, dalam Budiardjo (2008:3) menjelaskan bahwa

Di Negara-negara demokratis, pemikiran yang mendasari konsep partisipasi politik ialah bahwa kedaulatan ada ditangan rakyat, yang melaksanakannya melalui kegiatan bersama untuk menetapkan tujuan-tujuan serta masa depan masyarakat itu dan untuk menentukan orang-orang yang akan memegang tumpuk pimpinan untuk masa berikutnya. Jadi partisipasi politik merupakan suatu pengejawantahan dari penyelenggaraan kekuasaan politik yang absah oleh rakyat.

Didalam Negara yang demokratis, dengan adanya partisipasi perempuan yang lebih besar akan memberikan efek yang baik terhadap negaranya.

Tingginya keikutsertaan perempuan dalam politik dapat terlihat melalui

pemahaman dan keikutsertaan perempuan dalam permasalahan politik serta dalam kegiatan-kegiatan politik. Sebaliknya, apabila partisipasi perempuan rendah maka dapat disimpulkan bahwa kaum perempuan tidak memiliki kepedulian terhadap kehidupan politik di negaranya. Partisipasi politik dapat dilakukan oleh perempuan melalui berbagai cara, misalnya :

- a. Bagi para ibu rumah tangga dapat ikut aktif dalam mendukung program pemerintah khususnya yang berkaitan dengan kepentingan bersama, yaitu Posyandu, PKK, KB dan lain sebagainya. Selain itu dengan memberikan arahan kepada komunitasnya untuk ikut serta dalam pemilihan umum agar tidak menjadi golongan putih
- b. Bagi perempuan yang berkarier di dunia politik dapat aktif dalam kepengurusan partai/organisasi politik khususnya bidang pemberdayaan perempuan serta mencalonkan diri sebagai anggota legoslatif untuk memperjuangkan aspirasi rakyat
- c. Perempuan yang berkarier di eksekutif atau pemerintahan, dapat menjalankan fungsi sesuai kemampuan, latar belakang pendidikan dan beban tugas yang diberikan dengan penuh tanggung jawab. Kegiatan di pemerintahan misalnya sebagai pengambil keputusan yaitu keduduakn lurah, camat, walikota, atau yang lainnya.
- d. Perempuan yang bekerja dibidang yudikatif atau hukum sebagai pengacara, jaksa atau hakim dapat bekerja dengan jujur dan adil demi tegaknya hukum di Negara.

Dengan demikian, perempuan dapat berperan aktif melalui profesi yang dijalannya dan memiliki peranan sebagai pengambil kebijakan agar keberadaan perempuan diperhitungkan.

C. Konsep Kampanye Politik

1. Kampanye Politik

Definisi terpopuler mengenai kampanye disampaikan oleh Rogers dan Storey (Venus, 2004:8). Menurut Rogers dan Storey (1987), definisi kampanye adalah “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”. Berdasarkan definisi ini, kampanye pada dasarnya adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi khalayak. Kegiatan ini dilakukan dengan terlebih dulu menentukan khalayak sasaran yang telah disesuaikan dengan tujuan pelaksanaan kampanye.

Leslie B. Snyder (Gudykunst & Mody, 2002) dalam *Kampanye Public Relation* (Ruslan, 2007:23), kampanye komunikasi adalah aktivitas komunikasi yang terorganisasi yang diarahkan pada khalayak tertentu, pada periode waktu tertentu guna mencapai tujuan tertentu). Pesan-pesan kampanye terbuka untuk didiskusikan dan gagasan-gagasan pokok yang melatarbelakangi diselenggarakannya kampanye terbuka untuk dikritisi.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, Ruslan (2007:24) menyimpulkan bahwa dalam kampanye terdapat lima poin kegiatan, yaitu :

- 1) Adanya aktivitas proses komunikasi kampanye untuk mempengaruhi khalayak tertentu
- 2) Untuk membujuk dan memotivasi khalayak untuk berpartisipasi
- 3) Ingin menciptakan efek atau dampak tertentu seperti yang direncanakan
- 4) Dilaksanakan dengan tema spesifik dan nara sumber yang jelas
- 5) Dalam waktu tertentu atau telah ditetapkan, dilaksanakan secara terorganisasi dan terencana baik untuk kepentingan kedua belah pihak atau sepihak

Dalam konsep kampanye yang dijelaskan oleh Jalaluddin Rakhmat dalam *Komunikasi Politik* (2005:195), terdapat tiga cara penyampaian kampanye yaitu kampanye massa, kampanye interpersonal dan kampanye organisasi.

- a) Kampanye massa merupakan kampanye yang ditujukan kepada massa (orang banyak). Kampanye ini dilakukan melalui hubungan tatap muka maupun melalui berbagai media seperti radio, televisi, film, spanduk, baliho internet dan berbagai media lainnya.
- b) Kampanye interpersonal merupakan kampanye tanpa media massa. Melalui pertemuan langsung antara kandidat dengan calon pemilih baik didalamnya terdapat kegiatan dialog ataupun hanya bertatap muka dan berjabat tangan namun tujuannya adalah untuk menyampaikan pesan politik.
- c) Kampanye organisasi merupakan kampanye yang mengandalkan dukungan dari organisasi. Target dukungannya adalah partai politik, organisasi sosial, dan kelompok penyokong.

Menurut Firmanzah (2010:143), kepentingan kampanye politik para kontestan baik parpol ataupun perorangan masih sebatas yang penting terpilih, soal bagaimana caranya itu belakangan. Kampanye politik yang dipahami demikian pada akhirnya tidak diikuti dengan konsistensi para politisi untuk menjaga kontinuitas. Selanjutnya, Firmanzah menuliskah

kampanye pemilu merupakan suatu kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, program peserta pemilu dan atau informasi lainnya.

Kegiatan kampanye pemilu bertujuan untuk mengajak para calon pemilih untuk memberikan suaranya dalam pemilu kepada partai atau calon legislatif yang melaksanakan kampanye. Dalam penyampaian kampanye terdapat aktor yang terlibat dalam menggagas, merancang, mengorganisasikan dan menyampaikan pesan dalam kegiatan kampanye yang disebut sebagai pelaku kampanye. Kampanye dilakukan melalui kerjasama tim (*team work*).

Zalmant (Venus, 2004:54) membagi tim kerja dalam kampanye (*social change campaign*) dalam dua kelompok yakni *leaders* (pemimpin atau tokoh) yang di dalamnya terdapat coordinator pelaksana, penyandang dana, petugas administrasi kampanye dan pelaksana teknis dan kelompok kedua adalah *supporters* (pendukung) dimana terdapat petugas lapangan atau kader, penyumbang dan simpatisan yang meramaikan kampanye.

Hal lain yang penting dalam kampanye adalah pesan kampanye. Menurut Venus (2004:70-71), kampanye bermula dari gagasan. Kampanye selalu didahului oleh munculnya gagasan yang berkaitan dengan penerimaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Suatu gagasan akan dikonstruksi dalam bentuk pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak. Ide dasar kampanye partai politik adalah menciptakan pesan-

pesan kampanye yang menarik sehingga khalayak mau memilih partai tersebut.

Pfeau dan Parrot (Venus, 2004:71) menasehatkan untuk berhati-hati dalam mengkonstruksi pesan kampanye. Menurut Venus (2004:71) tujuan kampanye hanya dapat dicapai bila khalayak memahami pesan-pesan yang disampaikan. Ketidakmampuan mengonstruksi pesan sesuai dengan khalayak sasaran yang dihadapi merupakan awal kegagalan kampanye. Begitu pula dengan keberhasilan kampanye, ditentukan pula melalui keberhasilan mengonstruksi pesan kampanye.

Kesuksesan kampanye menurut Rogers dan Snyder (2002) dalam *Manajemen Kampanye* (Venus, 2004:71) dipengaruhi oleh adanya para perancang pesan yang sensitif dan kreatif. Perancang pesan memiliki kepekaan dalam mengidentifikasi karakteristik khalayak dan memiliki kreativitas mendesain pesan sesuai cirri-ciri umum khalayak yang menjadi sasaran utama yang didalamnya mengandung dua aspek penting yaitu isi pesan dan struktur pesan.

Dalam kampanye terdapat aktor kampanye dan pesan kampanye serta ada khalayak sasaran kampanye. McQuail dan Windahl (1993) dalam *Manajemen Kampanye* (Venus, 2004:98) menerangkan bahwa yang disebut dengan sasaran khalayak adalah sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye. Mereka menambahkan bahwa besarnya jumlah khalayak sasaran mengindikasikan bahwa mereka memiliki karakteristik yang

beragam yang berakibat pada cara mereka merespon pesan kampanye akan berbeda-beda.

Berdasarkan berbagai temuan dibidang psikologi yang dipaparkan oleh Venus (2004:98-116) menyatakan bahwa sebagian besar orang akan menanggapi informasi yang didapat berdasar pada tiga hal berikut, yaitu :

1) Keyakinan

Menurut Johnston (1994), keyakinan merupakan pernyataan yang kita persepsi sebagai sesuatu yang benar. Dalam keyakinan terdapat tiga ciri pokok, yakni : keyakinan dapat beragam kekuatannya karena konstruk ini bersifat probabilistik; keyakinan yang ada berkaitan dengan sistem keyakinan; dan keyakinan memiliki berbagai lapisan yang masing-masing mengindikasikan jenis keyakinan yang berbeda.

2) Sikap

Berdasarkan penggabungan definisi oleh beberapa ahli yaitu Mueller (1986), Rokeach (1994) dan Warren & Jahoda (1995) maka yang disebut dengan sikap adalah kecenderungan untuk bertindak terhadap objek tertentu baik secara positif ataupun negative dengan mendasarkan diri pada keyakinan-keyakinan yang terorganisasi. Berdasarkan definisi tersebut, ada empat aspek penting dalam sikap, yaitu : sikap memiliki dimensi aktif; sikap adalah keyakinan yang terorganisasi; sikap bersifat relatif menetap dan sikap merefleksikan komponen kombinasi keyakinan-keyakinan individu.

3) Nilai

Rokeach (1976) mendefinisikan nilai sebagai keyakinan yang berlaku terus-menerus (menetap) bahwa cara berperilaku atau kondisi akhir keberadaan tertentu secara pribadi atau sosial lebih diharapkan ketimbang cara berperilaku atau kondisi akhir lainnya yang bertentangan.

2. Jenis-Jenis Kampanye Politik

Beberapa jenis kampanye yang dilaksanakan secara prinsip merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memotivasi dan membujuk serta mencapai

tujuan tertentu. Maka Charles U. Larson (California. Wardsworth Publishing Co. 1992) dalam *Kampanye Public Relations* (Ruslan 2007 :25) membagi jenis-jenis kampanye kedalam tiga bagian, yaitu :

1. *Product-Oriented Campaigns*

Kampanye ini berorientasi pada produk dan biasanya dilakukan dalam kegiatan komersial kampanye promosi pemasaran suatu peluncuran produk yang baru. Kampanye ini dilakukan untuk membangun citra positif melalui program kepedulian dan tanggung jawab sosial.

2. *Candidate-Oriented Campaigns*

Pada kampanye ini, yang menjadi orientasi kampanye adalah kandidat yang bertujuan untuk kepentingan kampanye politik. Pada umumnya, kampanye ini dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan politik dan biasa disebut dengan kampanye politik.

3. *Ideological or Cause Oriented Campaigns*

Jenis kampanye ini berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi pada perubahan sosial. Kampanye ini ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku public yang terkait.

3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Kampanye

Berdasarkan temuan para ahli, Venus (2004:130) memaparkan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan kampanye, yaitu :

1. Program kampanye menetapkan khalayak sebagai sasaran yang tepat dan memberikan program yang pro-rakyat.
2. Menggunakan media secara maksimal dan memanfaatkan media sebagai sarana komunikasi kepada khalayak baik antarpribadi maupun antarkelompok.
3. Anggaran kampanye yang cukup untuk memenuhi segala kebutuhan kampanye.
4. Penyampaian pesan yang mudah diterima khalayak dan mampu memotivasi khalayak untuk menerima dan menerapkan gagasan yang diterima.

5. Memahami karakteristik khalayak yang akan dihadapi secara meadai.

4. Teknik Persuasif Kampanye

Segala tindakan dalam kegiatan kampanye dilandasi oleh prinsip persuasi. Venus (2004:29) menyatakan bahwa konsep kampanye harus dipahami sebagai tindakan komunikasi dua arah yang didasarkan pada pendekatan persuasif. Arifin (2003:84) memaparkan tiga sasaran kampanye politik dalam konteks persaingan antarpolitical, yaitu :

1. Membangkitkan kesetiaan alami para pengikut suatu partai agar tetap memilih sesuai dengan kesetiaan
2. Menggalang rakyat (pemilih) yang tidak terikat pada partai tertentu, atau menciptakan pendukung baru dari golongan independen
3. Menyakinkan rakyat (pemilih) dari partai lain, bahwa keadaan akan lebih baik jika mereka menjatuhkan pilihan kandidat dari partai lain

Dalam melaksanakan kampanye politik serta menjalankan ketiga gagasan yang dipaparkan oleh Arifin (2003:84), diperlukan manajemen kampanye yang terkonsep secara total. Dimulai dengan perumusan gagasan vital atau tema kampanye yang persuasif dan kemudian disusun dengan perencanaan, pengorganisasian, penganggaran, pelaksanaan dan evaluasi sehingga dapat mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Dalam ungkapan Perloff (1993) dikatakan “*campaigns generally exemplify persuasion in action*” (Venus, 2004:7). Bertolak pada pendapat Perloff, terdapat empat aspek dalam kegiatan kampanye persuasif yang diterangkan oleh Venus (204:29) yang diantaranya adalah :

- 1) Kampanya secara sistematis berusaha menyediakan tempat tertentu dalam pikiran khalayak tentang produk, kandidat atau gagasan yang disodorkan
- 2) Kampanye berlangsung dalam berbagai tahapan mulai dari menarik perhatian khalayak, menyiapkan khalayak untuk bertindak, hingga akhirnya mengajak mereka melakukan tindakan nyata
- 3) Kampanye mendramatisasi gagasan-gagasan yang disampaikan pada khalayak dan mengundang mereka untuk terlibat baik secara simbolis maupun praktis, guna mencapai tujuan kampanye
- 4) Kampanye secara nyata menggunakan kekuatan media massa dalam upaya menggugah kesadaran hingga mengubah perilaku khalayak

Pengertian komunikasi persuasif dalam kampanye menurut R. Wayne, Brend D. Peterson dan M. Dallas (Venus, 2004:27) merupakan tindakan komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan khalayak untuk mengambil pandangan komunikator tentang sesuatu hal atau melakukan tindakan tertentu. Pengertian lain disampaikan oleh Johnson (Venus, 2004:27) mengenai tindakan persuasi adalah proses transaksional di antara dua orang atau lebih di mana terjadi upaya merekonstruksi realita melalui pertukaran makna simbolis yang akhirnya menciptakan perubahan kepercayaan, pandangan, sikap atau perilaku secara sukarela.

Berdasarkan beberapa pengertian para ahli, Venus (2004:27) menyimpulkan bahwa tindakan persuasif yang pada prinsipnya dalam proses komunikasi adalah bertujuan mengubah atau memperteguh sikap, pandangan, kepercayaan dan perilaku masyarakat secara sukarela sesuai dengan apa yang telah direncanakan oleh komunikator.

Terdapat empat hal yang terlihat dalam kegiatan persuasif yang dipaparkan oleh beberapa ahli (Venus, 2004: 30), yakni ; melibatkan sekurang-kurangnya dua pihak, adanya tindakan mempengaruhi secara sengaja,

terjadinya pertukaran pesan persuasif, dan adanya kesukarelaan dalam menerima atau menolak gagasan yang ditawarkan.

D. Konsep Pemilihan Umum Legislatif

Pemilihan umum legislatif menurut Surbakti (1999:139) merupakan suatu ciri demokrasi modern dan merupakan bagian dari pemilihan umum di tingkat lokal atau daerah yang berdasarkan prosedur dan aturan-aturan organisasi untuk memilih sejumlah atau satu orang untuk memegang jabatan dalam suatu organisasi.

Menurut Budiardjo (2008:315), Badan Legislatif atau *Lagislature* merupakan *legislate* yang berfungsi membuat undang-undang. Nama lain dari legislatif adalah *Assembly* yang didalamnya memuat pengertian berkumpul untuk membicarakan masalah-masalah publik ; *Parliament* yang menekankan unsure bicara dan merundingkan. Sebutan lain yang mengarah kepada keterwakilan anggota-anggotanya adalah Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) atau *People's Representative Body*.

Badan legislatif di negara-negara demokrasi disusun agar dapat mewakili aspirasi rakyat dan pemerintah bertanggung jawab atasnya. C.F. Strong (Budiardjo, 2008:216) merumuskan tiga unsur pembentukan badan legislatif dalam Negara demokrasi adalah representasi (perwakilan), partisipasi dan tanggung jawab politik. Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2008 memuat mengenai aturan tentang badan legislatif.

Menurut Surbakti (1999:44), terdapat dua prinsip pokok dalam sistem pemilihan umum yaitu :

- a. *Single-member constituency* dimana satu daerah pemilihan memilih satu wakil yang biasa disebut dengan sistem distrik.
- b. *Multy-member constituency* dimana satu daerah pemilihan memilih beberapa wakil yang dinamakan dengan sistem perwakilan berimbang atau sistem proporsional.

E. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah konsep yang terjadi dari hubungan antara sebab akibat atau kausal hipotesa antar variabel bebas dan variabel terikat atau tidak bebas dalam rangka memberikan jawaban terhadap permasalahan yang sedang diselidiki (Sukardi, 2005:92).

Strategi pemberdayaan calon legislatif perempuan dalam kampanye pemilihan umum tahun 2014 oleh Partai Demokrat dilaksanakan melalui Departemen Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak yang masih dalam lingkup Partai Demokrat. Departemen ini berperan dalam mengembangkan potensi perempuan dan memberdayakan perempuan kedalam proses politik dan pemilu. Strategi dan program kerja yang dilakukan adalah dengan memberikan seminar, pelatihan dan diskusi terfokus untuk mengarahkan kader perempuan lebih memahami potensinya dan dapat mengembangkan potensi tersebut sehingga memberikan ruang kepada kader perempuan untuk mengepakkan sayapnya di dunia politik.

Strategi pemberdayaan calon legislatif perempuan dalam kampanye pemilu dinilai berhasil apabila mampu menciptakan kemandirian, partisipasi dan kesetaraan gender. Dengan adanya ketiga indikator tersebut, perempuan dinilai mampu berkompetisi dan paham tentang dunia politik dan pemerintahan. Pengetahuan dan keahlian yang dimiliki perempuan dapat diberdayakan diberbagai kegiatan kampanye pemilu.

Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka pikir dalam penelitian ini dapat diilustrasikan dengan gambar berikut ini :

Gambar. 1 : Skema Kerangka Pikir

