

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pemilahan legislatif adalah proses di mana undang-undang atau peraturan dikelompokkan atau disusun berdasarkan kategori atau topik tertentu. Ini penting untuk memudahkan pemahaman, pencarian, dan penggunaan hukum oleh berbagai pihak, termasuk masyarakat umum, profesional hukum, dan pemerintah. Dengan pemilahan legislatif yang baik, informasi hukum dapat diakses dengan lebih mudah dan efisien, yang mendukung pelaksanaan hukum yang adil dan efektif. Dalam proses demokrasi, wakil rakyat dipilih oleh rakyatnya untuk bertugas di badan legislatif, seperti dewan perwakilan rakyat atau parlemen. Salah satu komponen utama sistem politik demokrasi adalah pemilihan umum, yang memberikan kesempatan kepada pemilih untuk memilih partai atau individu yang menurut mereka paling mewakili tujuan dan kepentingan mereka di Kongres (Nurdiansyah, 2018). Setelah Reformasi, yang melahirkan beberapa perempuan yang menjadi pemimpin di tingkat daerah dan nasional, peran perempuan dalam politik kembali meningkat.

Kemenangan perempuan dalam pemilu dapat menjadi bukti bahwa mereka mampu memimpin dalam politik (Jumriani, Sultan, & Maria, 2019). Keterlibatan perempuan dalam politik dapat dilihat sebagai cara untuk memengaruhi gagasan dan proses pengambilan keputusan, yang membantu kebijakan yang muncul pada akhirnya menemukan tempatnya di tingkat lokal, nasional, dan bahkan dunia (Darman, 2019). Seiring dengan semakin maraknya demokratisasi di hampir setiap negara di Bumi, peran pemasaran politik dalam proses tersebut terus berkembang. Pemasaran politik kini menjadi alat dalam industrialisasi politik yang besar, selain menjadi strategi yang digunakan dalam ritual pemilihan presiden di banyak negara. (Anugerah, 2011).

Pemilihan legislatif biasanya dilakukan dengan cara pemungutan suara, di mana warga negara memilih calon atau partai politik yang mereka dukung. Hasil pemilihan ini kemudian menentukan komposisi lembaga legislatif dan pengaruh

kebijakan yang akan dibuat di tingkat tersebut (Yesicha, 2019). Proses pemilihan legislatif dapat berbeda-beda antar negara, tergantung pada sistem politik dan aturan yang berlaku. Beberapa negara menerapkan sistem pemilihan langsung di mana warga memilih calon secara langsung, sementara negara lain mungkin menggunakan sistem pemilihan proporsional atau gabungan dari beberapa sistem (Hidayat, Rahmat, Marshall, & Sjafirah, 2020). Pelaku utama yang memiliki hak istimewa dalam upaya untuk memvalidasi kekuatan masyarakat untuk tujuan penempatan staf di lembaga politik formal adalah partai politik. Melalui pemilihan umum, partai politik bertujuan untuk memenangkan dukungan dan kepercayaan masyarakat. (Teuku, Akmal, & Fitratulaini, 2019).

Minimal tiga puluh persen perempuan harus terwakili dalam kepemimpinan pusat partai politik, sebagaimana ditetapkan oleh Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (Niron & Seda, 2020). Indonesia menggunakan sistem pemilihan proporsional dengan sejumlah variasinya (Suherman &., 2017). Di Indonesia, sistem proporsional dengan banyak variasinya masih berlaku setelah runtuhnya kediktatoran Orde Baru. Perempuan telah mengantisipasi bahwa keterwakilan mereka di DPR akan tumbuh dengan pemilihan pertama yang diadakan pada tahun 1999 setelah berakhirnya kediktatoran Orde Baru. Upaya aktivis perempuan untuk mendapatkan kuota tiga puluh persen dengan menggunakan tindakan afirmatif untuk meningkatkan keterwakilan perempuan. Pemilu 2004 melahirkan aturan yang mensyaratkan minimal tiga puluh persen anggota parlemen perempuan, artinya perjuangan aktivis perempuan tidak sia-sia. (Hilmawan, 2019).

Mengapa representasi politik perempuan penting? Fuchs dan Hoecker menegaskan bahwa ada beberapa pembenaran utama atas pentingnya representasi politik perempuan. Yang pertama adalah argumen keadilan dan kesetaraan politik. Dari sudut pandang keadilan, demokrasi memberikan dan membela kemampuan setiap orang untuk berpartisipasi penuh dalam pengambilan keputusan politik, terlepas dari status sosial ekonomi atau afiliasi mereka (Putra et al., 2022). Sementara itu, paritas politik berfungsi sebagai ukuran penting efektivitas demokrasi. Hal ini menunjukkan bahwa isu penting yang dihadapi demokrasi saat ini adalah buruknya representasi politik dari kelas dan kelompok sosial ekonomi tertentu (El Adawiyah, Hubeis, Sumarti, & Susanto, 2019). Akibatnya, tidak adil

jika, dibandingkan dengan perempuan, laki-laki sekarang memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap sistem politik. Yang kedua adalah klaim tentang kebutuhan, kepentingan, dan perhatian perempuan. Perempuan terus-menerus mengalami masalah, tuntutan, dan kepentingan yang berbeda yang tidak pernah sama dengan laki-laki (Putra et al., 2022). Oleh karena itu, untuk meningkatkan dan memperbaiki taraf hidup mereka, perempuan harus terlibat aktif dalam pengambilan keputusan politik. Ketiga, argumen emansipasi dan perubahan proses politik. Kembangkan strategi komunikasi politik yang akan menarik perhatian publik, pastikan untuk menyertakan komunitas daring juga (Musdalifah, Nasyaya, & Pratiwi, 2022). Pembagian kekuasaan dan wewenang antara laki-laki dan perempuan selalu sangat tidak adil dalam masyarakat patriarki karena struktur dan budaya mereka. Oleh karena itu, untuk memajukan dan menciptakan masyarakat yang lebih egaliter, humanis, dan adil, struktur dan budaya ini perlu diperiksa dan ditingkatkan melalui tindakan dan gerakan politik. Keempat, ada perbedaan bahwa perempuan tidak diragukan lagi memiliki beberapa sifat dan pengalaman yang harus digabungkan dan diungkapkan untuk meningkatkan arah kebijakan, yaitu, lembaga yang secara konsisten berfokus pada kepentingan laki-laki. Poin kelima adalah argumen panutan, yang menyatakan bahwa perempuan di lembaga politik harus menjadi inspirasi dan motivator bagi lebih banyak perempuan untuk memasuki ranah politik (Parwati & Istiningdiah, 2021). Penggunaan strategi pemasaran di bidang politik, yang sering kali berpusat pada pemilihan umum daerah atau nasional, dikenal sebagai pemasaran politik. Selain keterlibatan langsungnya dalam Pemasaran Politik, ia secara tidak langsung mengawasi inisiatif Personal Branding. (Arindita & Hartanto, 2018).

Pada hakikatnya, Indonesia telah mendukung kaum perempuan. Saat ini, banyak sekali perempuan yang mengenyam pendidikan tinggi. Perempuan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pembangunan bangsa, tidak hanya di bidang pendidikan, tetapi juga di bidang politik nyata, sebagaimana ditunjukkan oleh berbagai peraturan perundang-undangan. Misalnya, berdasarkan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 tentang Keterwakilan Perempuan, partai politik diharuskan untuk mengikutsertakan paling sedikit 30% perempuan dalam kepemimpinan atau organisasinya (Kiftiyah, 2019). Peraturan yang mensyaratkan minimal tiga puluh persen calon anggota DPR adalah perempuan merupakan

bagian penting dari proses demokrasi kita. Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2002, Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2003, Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008, dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 merupakan peraturan perundang-undangan yang memuat ketentuan tersebut. Tingkat keterlibatan politik perempuan di negara-negara berkembang relatif lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa lebih banyak perempuan memilih untuk terlibat dalam urusan domestik daripada politik (Kiftiyah, 2019).

Keterwakilan perempuan dalam politik meningkat seiring dengan pencapaian pendidikan mereka. Kualitas dan keterampilan perempuan memiliki dampak yang signifikan terhadap dukungan dan kepercayaan publik dalam politik. Karena norma-norma masyarakat yang menegakkan dan ditegakkan oleh situasi ekonomi, profesional, dan sosial yang sudah ada sebelumnya berdampak pada keterlibatan perempuan dalam politik. Selain itu, karena pendidikan akan membantu perempuan berpikir lebih holistik dan responsif gender, pendidikan juga akan memberi mereka perspektif baru dan kemampuan untuk memecahkan berbagai masalah masyarakat (Insyira, 2021). (Nilai dkk., 2019) Tidak mungkin memisahkan keberhasilan calon legislator perempuan dari keseluruhan diri mereka. Mereka telah mengembangkan "strategi" yang memungkinkan mereka memperoleh kursi di parlemen, yang merupakan salah satu aspek dari kelengkapan mereka. (Ridhani Fidzi, Wardah Hayati, 2015).

Studi lainnya yang berkaitan dengan representasi perempuan dalam dunia politik melihat bahwa kecenderungan terhadap patriarki (Utama et al., 2016) dan agama masih tinggi dan menjadi hambatan pada budaya politik perempuan. Agama Islam juga memiliki peran dalam minimnya partisipasi perempuan dalam politik. Banyak orang, khususnya laki-laki, skeptis terhadap kemajuan perempuan dalam politik karena, di mata mereka, perempuan pada dasarnya terbatas pada peran sebagai ma'amum, tidak dapat menjadi imam, dan menduduki jabatan legislatif sama saja dengan menjadi imam dan melanggar hukum agama. Lebih jauh, ini adalah masalah yang dihadapi perempuan yang sudah menikah, sehingga sangat sulit bagi mereka untuk memasuki dunia politik. Peran perempuan yang sudah menikah sebagai istri adalah untuk menafkahi suami mereka secara material dan spiritual. (Kiftiyah, 2019).

Hal lain yang menghambat keterwakilan perempuan dalam politik adalah budaya. (Kiftiyah, 2019) menyatakan bahwa ketika masyarakat Indonesia mendengar kata politik, yang terbayang di benak mereka adalah perilaku yang tidak etis, dunia atau bidang yang penuh tipu daya, dan lingkungan yang keras di mana perempuan dianggap tidak mampu bertahan lama dalam politik karena masyarakat menganggap perempuan adalah makhluk yang lemah dan akan kalah dari laki-laki jika terjun ke dunia politik. Pemasaran politik yang efektif adalah kemampuan untuk terhubung, menarik, dan mendorong pemilih untuk mendukung kandidat politik (Winda, 2018).

Salah satu penyebab rendahnya partisipasi perempuan dalam politik mungkin karena masih banyaknya politisi laki-laki yang dianggap lebih cakap daripada perempuan. Perempuan juga menganggap bahwa laki-laki lebih cakap daripada perempuan, bukan hanya politisi laki-laki (Umari & Indra Dewi, 2020). Tidak dapat dipungkiri bahwa rencana komunikasi setiap kandidat dalam pemilihan umum merupakan rencana pemasaran yang mengacu pada keberhasilan berdasarkan fenomena yang terjadi. (Politik et al., n.d.).

Namun demikian kajian tentang keterlibatan dan strategi perempuan dalam politik tidak banyak dikaji, padahal keterwakilan mereka dapat mendorong representasi yang lebih adil, menghadirkan perspektif yang beragam, dan memastikan bahwa kepentingan dan masalah perempuan didengar dan diakui dalam pengambilan keputusan politik (Susilo & Nisa, 2019). Agar perempuan dapat memainkan peran yang setara dan berkontribusi secara bermakna dalam menciptakan masa depan yang lebih baik, mungkin juga bermanfaat secara statistik untuk meneliti metode perempuan dalam kontestasi politik. Alur komunikasi politik pada dasarnya sama dengan komunikasi umum, yang terdiri dari pengirim, pesan, penerima, dan umpan balik dari penerima kepada pengirim (Widiyanti, 2020). Selama ini, sulit untuk membangun hubungan antara perempuan dan ranah politik. Fakta bahwa jumlah perempuan di lembaga politik resmi dan di arena politik masih relatif sedikit membuktikan hal ini. Keterwakilan perempuan di lembaga legislatif sangat rendah dan tidak proporsional dengan jumlah mereka. Upaya untuk memberdayakan perempuan dipengaruhi oleh pembatasan keterlibatan perempuan ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. (Wulandari & Widiarti, 2020).

Keterlibatan perempuan dalam kontestasi politik di Sumenep dapat dilihat dari 50 anggota DPRD Kabupaten Sumenep, 4 di antaranya kaum perempuan tahun 2019-2024. Terjunnya perempuan ke dunia politik tidak lain bentuk perwujudan dari RA Kartini, yang terus berjuang atas penyeteraan gender (Nia Kurnia 2020). Perempuan terlibat dalam pemerintahan, tidak hanya di bidang politik di mana mereka mungkin memegang posisi berpengaruh. Dari 50 caleg terpilih sebagai anggota DPRD Kabupaten Sumenep tahun 2014-2019, hanya tiga yang perempuan. Dengan demikian terjadi peningkatan jumlah anggota legislatif perempuan sehingga sangat penting untuk dikaji karena menunjukkan adanya kemauan perempuan untuk terlibat dalam keterwakilan dalam kontestasi politik (Miftahul Arifin 2015).

Tiga orang perempuan termasuk di antara 50 calon terpilih untuk anggota DPRD Sumenep pada pemilihan umum 2014, menurut rekapitulasi suara sah KPU setempat. Mereka berafiliasi dengan tiga partai politik yang berbeda. Untuk periode 2014-2019, tiga orang calon perempuan terpilih menjadi anggota DPRD Sumenep. Di tahun 2019-2024 dari 50 calon terpilih anggota DPRD Kabupaten Sumenep, empat anggota perempuan. Demikian berdasarkan data anggota terpilih di tahun 2019-2024 keterlibatan perempuan dalam kontestasi politik terjadi peningkatan dengan anggota yang berbeda dan berasal dari partai pengusung yang berbeda.

Salah satu agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) adalah untuk mendorong kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan secara optimal. Sasaran lainnya adalah untuk menjaga hak asasi manusia (HAM). Sasaran kelima memiliki sembilan subsasaran, salah satunya adalah untuk menjamin partisipasi penuh dan setara perempuan dalam semua aspek kehidupan publik, politik, dan ekonomi, termasuk pengambilan keputusan di semua tingkatan. (Nilai et al., 2019).

Dalam sebuah studi sebelumnya bahwa agama dan budaya menjadi salah satu faktor penghambat keterwakilan perempuan dalam kontestasi politik. Perempuan masih belum memiliki 30% keterwakilan di lembaga legislatif, dan kedua alasan ini menjadi faktor utamanya. Mengingat statusnya sebagai salah satu dari tiga pilar negara Indonesia, lembaga legislatif harus memastikan bahwa tiga puluh persen anggotanya adalah perempuan. Tidak ada perubahan paradigma

dalam budaya patriarki masyarakat dalam menanggapi ketentuan kuota keterwakilan perempuan, meskipun telah mencapai 30%. Budaya kita masih memandang politik sebagai ranah publik yang sebagian besar diisi oleh laki-laki, meskipun faktanya perempuan memiliki hak yang sama untuk terlibat seperti laki-laki. Mengubah stigma ini tidak akan menjadi tugas yang mudah. (Kiftiyah, 2019)

Berbeda dengan kabupaten sumenep justru perempuan mendapatkan ruang dalam dunia politik dengan menjadi anggota legislatif. Hal ini diberikan dalam dua periode jabatan anggota legislative keterwakilan perempuan justru meningkat. Padahal kabupaten sumenep seperti halnya wilayah madura lainnya kuat dengan budaya patriarki (latief wiyata) dan agama yang kuat (kuntowijoyo). Budaya patriarki yang seolah-olah menarik batasan tegas antara ranah perempuan dan politik, seolah-olah keduanya adalah realitas yang tidak dapat disatukan. Salah satu kemungkinan penjelasan atas minimnya politisi perempuan adalah keyakinan yang terus-menerus bahwa laki-laki secara inheren lebih memenuhi syarat untuk menduduki jabatan publik. Selain politisi laki-laki, perempuan juga berpandangan bahwa laki-laki secara inheren lebih mampu daripada mereka (Umari & Indra Dewi, 2020). Relasi gender antara laki-laki dan perempuan semakin diperkuat oleh dominasi agama-patriarki di Madura.(Umam & Zahroh, 2021).

Keterlibatan perempuan dalam politik penting karena mendorong representasi yang lebih adil. Ketrwakilan perempuan dalam Lembaga legislative di kabupaten sumenep menarik untuk dikaji, terutama tentang strategi yang mereka gunaka dalam masyarakat dengan budaya patriarki dan agama yang kuat. Berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti mengambil judul **“MARKETING POLITIK POLITISI PEREMPUAN PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2019 DI KABUPATEN SUMENEP”**.

A. Rumusan masalah

1. Bagaimana marketing politik politisi perempuan pada pemilu legislatif tahun 2019 di kabupaten sumenep?

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengkarakterisasikan strategi pemasaran politik yang digunakan oleh politisi perempuan pada pemilihan legislatif daerah Sumenep tahun 2019.

C. Manfaat Penelitian

a. Bagi Program Studi

1. Magang riset dapat dijadikan sebagai media untuk mendapatkan umpan balik (*feed back*) dalam pengembangan program studi kedepannya.
2. Membangun jaringan kontak antara lokasi magang pilihan mahasiswa dan program akademik mereka.

b. Bagi Instansi

1. Institusi lokasi magang riset tujuan oleh mahasiswa mendapatkan supporting SDM dalam penyelenggaraan berbagai kegiatan/ program kerja.
2. Kehadiran mahasiswa di lembaga terkait dapat memberikan kontribusi pada penyelesaian berbagai permasalahan.
3. Pemberian dukungan kepada pemerintah daerah dan provinsi dalam pelaksanaan dan instrumentasi kebijakan pembanguna.

c. Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa berkesempatan untuk mendapatkan pengalaman langsung di bidang pemerintahan, mempelajari berbagai jenis implementasi dan tantangan yang mereka hadapi.
2. Data yang relevan dengan kebutuhan penelitian akan lebih mudah diperoleh mahasiswa.
3. Manfaat ketiga adalah mahasiswa dapat belajar tentang akuntabilitas dan kejujuran saat mereka memenuhi tanggung jawab profesional dan ilmiah mereka.

D. Definisi Konseptual

1. Marketing Politik

marketing politik Sejalan dengan historis keterwakilan perempuan ke lembaga legislatif di kabupaten sumenep mempunyai legal standing untuk bertarung dalam kontestasi politik, di antara bentuk partisipasi nyata perempuan terhadap lembaga-lembaga politik. Pada tingkat kabupaten khususnya kabupaten sumenep, peningkatan partisipasi Perempuan ke lembaga legislatif semakin meningkat dengan kondisi di tahun 2014 keterwakilan Perempuan ke lembaga legislatif hanya tiga orang dengan partai pengusung yang berbeda. Tetapi dengan budaya yang di terapkan di wilayah sumenep masih erat dengan budaya patriarki dan agama yang masih tinggi. Dengan budaya yang di terapkan sehingga keterwakilan Perempuan ke lembaga legislatif sangat minim dengan Batasan-batasan bahwasanya Perempuan tidak cocok bertarung di panggung politik khususnya terjun ke dunia politik. Tetapi di pileg 2019 keterwakilan Perempuan ke lambaga legislatif DPRD Kabupaten sumenep meningkat menjadi empat orang dengan partai pengusung yang berbeda. Secara tidak langsung ada berbagai varian marketing politik politisi Perempuan untuk membangun rasionalitas pemilih dalam terlibat aktif di pemilihan.

a. Product

Dalam konteks marketing politik, "produk" merujuk pada kandidat politik, partai politik, ideologi politik, atau pesan kampanye yang ingin

dipromosikan kepada pemilih atau khalayak. Ini sering dilihat sebagai entitas yang ingin dijual atau dipromosikan kepada masyarakat dalam upaya untuk memenangkan pemilihan atau mempengaruhi opini publik. Jadi, definisi produk dalam marketing politik adalah representasi dari entitas politik tertentu yang ingin memperoleh dukungan, baik dalam bentuk suara dalam pemilihan umum, dukungan finansial, atau dukungan lainnya. Produk dalam marketing politik mencakup aspek-aspek seperti citra kandidat, kebijakan yang didukung, ideologi politik, serta pesan-pesan kampanye yang ingin disampaikan kepada pemilih atau khalayak.

b. Place

Place adalah di mana pesan politik disebar dan dijangkau oleh pemilih atau khalayak. Ini mencakup lokasi fisik di mana kampanye politik dilakukan, serta saluran komunikasi yang digunakan untuk menjangkau pemilih. Ini mencakup lokasi fisik di mana kampanye politik diadakan, seperti acara kampanye, pertemuan kandidat dengan pemilih, atau debat publik.

c. Price

Price dalam konteks definisi marketing politik merupakan harga dalam memiliki konotasi yang lebih luas daripada hanya merujuk pada nilai moneter. Ini mencakup apa yang harus "dibayar" atau dikorbankan oleh pemilih dalam hal dukungan politik atau perilaku politik tertentu. Harga politik bisa berupa waktu, perhatian, dukungan, atau bahkan identitas politik seseorang.

d. Promotion

Promotion dalam marketing politik mengacu pada upaya untuk mengkomunikasikan pesan politik kepada pemilih atau khalayak dengan tujuan mempengaruhi opini mereka, mendapatkan dukungan, atau memenangkan pemilihan. Promosi dalam pemasaran politik mencakup berbagai taktik dan strategi komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas, meningkatkan reputasi, dan memengaruhi perilaku politik pemilih. Lebih jauh lagi, saat ini, media sosial telah berkembang menjadi tempat penting untuk iklan politik. Media sosial merupakan tempat yang bagus bagi kampanye dan partai politik untuk

menjangkau masyarakat, berbagi pesan, dan menggalang pendukung.

E. Definisi Oprasional

Strategi oprasional dalam penelitian mencakup beberapa ilmu dalam dunia marketing meliputi, produk, promosi dan pada umumnya melakukan kampanye secara bersemaan ataupun secara individu. Politisi Perempuan DPRD di kabupaten sumenep melakukan kampanye menggunakan jaringan media, keagamaan, jaringan kekerabatan dan melakukan pendekatan secara psikologis yang di hadapi dalam masa kampanye. Selain itu, tingginya dukungan dari politisi perempuan di bantu oleh tim sukses yang dimiliki oleh calon caleg guna untuk mendapatkan suara secara maksimal. Upaya pendekatan selain jaringan media yang dilakukan oleh caleg politisi Perempuan yaitu melakukan penggunaan aliansi keorganisasian dan aktor-aktor penting yang berada di dunia politisi.

A. Product

1. Kandidat Politik: Kandidat politik adalah salah satu produk utama dalam marketing politik. Ini mencakup citra kandidat, kebijakan yang mereka dukung, dan pesan kampanye yang ingin mereka sampaikan kepada pemilih.
2. Partai Politik: Partai politik juga dianggap sebagai produk dalam marketing politik. Ini termasuk ideologi partai, platform politik, dan reputasi partai di mata pemilih.
3. Ideologi Politik: Ideologi politik seperti konservatisme, liberalisme, sosialisme, atau nasionalisme juga dapat dianggap sebagai produk dalam marketing politik. Para politisi dan partai politik sering menggunakan ideologi untuk membangun identitas dan menarik pemilih yang memiliki keyakinan politik yang serupa.
4. Pesan Kampanye: Pesan-pesan kampanye, seperti slogan, narasi, dan janji politik, juga merupakan bagian penting dari produk dalam

marketing politik. Pesan-pesan ini dirancang untuk mempengaruhi opini dan perilaku pemilih.

5. Citizen Engagement Platforms: Dalam era digital, platform-platform seperti situs web, media sosial, dan aplikasi ponsel pintar yang digunakan untuk berinteraksi dengan pemilih juga dapat dianggap sebagai produk dalam marketing politik.

B. Place

1. Empat kampanye: Ini mencakup lokasi fisik di mana kampanye politik diadakan, seperti acara kampanye, pertemuan kandidat dengan pemilih, atau debat publik.
2. Media: Pesan-pesan politik sebagian besar disebar oleh media. Media mencakup media analog dan digital, termasuk berita siaran dan cetak, majalah, dan surat kabar, serta platform daring seperti Facebook, Twitter, dan email.
3. Komunitas: Menjangkau pemilih melalui komunitas lokal atau kelompok kepentingan juga merupakan bagian dari "place" dalam marketing politik. Ini bisa meliputi partisipasi dalam acara-acara komunitas, pertemuan kelompok, atau kampanye pintu ke pintu.
4. Lingkungan Online: Di era digital, platform online seperti situs web kampanye, media sosial, dan iklan online juga menjadi tempat penting untuk menyebarkan pesan politik dan berinteraksi dengan pemilih.

C. Price

1. Komitmen: Pemilih mungkin harus "membayar" dengan komitmen mereka terhadap kandidat atau partai politik tertentu. Ini bisa berupa dukungan aktif dalam bentuk volunteerisme, menyumbangkan waktu atau sumber daya, atau berpartisipasi dalam aktivitas kampanye.
2. Pendapat: Dalam beberapa kasus, pemilih mungkin harus mengubah atau menyesuaikan pendapat atau keyakinan politik mereka untuk mendukung kandidat atau partai politik tertentu. Ini bisa berarti mengorbankan beberapa nilai atau prioritas politik pribadi untuk mendukung platform atau kebijakan tertentu.

3. Resiko: Pemilih juga mungkin harus mempertimbangkan resiko yang terkait dengan dukungan politik mereka, seperti risiko reputasi atau risiko politik yang berkaitan dengan hasil dari dukungan mereka.

D. Promotion

1. Salah satu jenis promosi yang paling umum dalam pemasaran politik adalah iklan politik. Iklan ini mencakup bentuk iklan analog (dalam bentuk televisi, radio, surat kabar, dan majalah) dan digital (dalam bentuk situs web dan platform media sosial).
2. Iklan Politik di Media Sosial: Saat ini, iklan politik di media sosial semakin penting. Media sosial merupakan tempat yang tepat bagi kampanye dan partai politik untuk menjangkau masyarakat, berbagi pesan, dan menggalang dukungan.
 - a) Usulan kebijakan dan inisiatif yang diajukan oleh calon legislatif perempuan dalam pemilihan legislatif Kabupaten Sumenep tahun 2019...
 - b) Dana yang dialokasikan untuk calon legislatif perempuan di Kabupaten Sumenep yang maju pada tahun 2019.
 - c) Dukungan terhadap lebih banyak perempuan untuk maju dalam pemilihan legislatif Kabupaten Sumenep tahun 2019.
 - d) Pemilihan legislatif Kabupaten Sumenep tahun 2019 dan dampak pemasaran politik calon legislatif perempuan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti memegang peranan penting dalam mengkaji keadaan objek alamiah (Sugiyono, 2016). Nazir (2014) menyatakan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta yang diteliti dengan cara meneliti status kelompok manusia, objek, situasi, sistem berpikir, atau kejadian terkini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi pemasaran politik yang digunakan oleh calon legislatif perempuan di Kabupaten Sumenep

pada tahun 2019. Metode kualitatif akan memungkinkan dilakukannya penyelidikan yang mendalam tentang bagaimana, mengapa, dan apa fenomena yang diteliti, sehingga menghasilkan data yang dapat dikarakterisasikan sebagai analisis kesulitan penelitian.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini fokus pada para politisi perempuan legislatif yang sudah memenangi kontesasi pemilihan legislatif 2019 di kabupaten sumenep. Penelitian ini akan dilakukan selama empat bulan terhitung sejak diterima di instansi. Lokasi penelitian bertempat pada Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep di Jl. Trunojoyo No. 124, Dalem Anyar, Bangselok, Kec. Kota Sumenep, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur 69417

3. Jenis Data

Adapun peneliti menggunakan dua macam jenis data, diantaranya yaitu:

a. *Data Primer*

Sumber data primer adalah data yang bersumber dari keterangan langsung atau wawancara yang dilakukan oleh peneliti terlatih, melalui wawancara dengan anggota DPRD perempuan Kabupaten Sumenep tentang pemasaran politik yang dilakukan oleh politisi perempuan pada pemilihan legislatif tahun 2019 di Kabupaten Sumenep.

b. *Data Sekunder*

Didapatkan dari hasil rekapitulasi data pemilih untuk mengetahui marketing politik politisi Perempuan yang bersangkutan dalam menarik partisipasi pemilih untuk terlibat aktif. Selanjutnya, untuk Pemilu Legislatif 2019 di Kabupaten Sumenep, data sekunder bersumber dari kajian pustaka, dokumen resmi, situs web, dan arsip tekstual yang membahas topik pemasaran politik oleh politisi perempuan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Bagian penting dari setiap proyek penelitian adalah pengumpulan data, yang mengacu pada metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian. Peneliti akan dapat mengumpulkan data jika mereka memahami metode tersebut. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data termasuk mendokumentasikan, mewawancarai, dan mengamati. Rincian pengumpulan informasi dengan menggunakan sejumlah

metode ini, termasuk :

5. Observasi

Untuk melakukan pengamatan dalam penelitian kualitatif, seseorang harus secara fisik mengunjungi lokasi penelitian untuk memperhatikan pemandangan sekitar serta tindakan dan reaksi orang-orang. Dalam proses ini peneliti bisa mencatat segala fenomen-fenomena tersebut sesuai dengan kebutuhan atau yang berkaitan dengan penelitiannya. Banyak macam-macam observasi namun di sini peneliti mengambil satu macam yaitu observasi partisipatif (partisipan observation), menurut Sugiyono (2016:227) Bila seorang peneliti secara aktif mengambil bagian dalam tindakan item yang diteliti, metode ini disebut observasi partisipatif. Karena partisipan terlibat secara aktif dalam tindakan item yang diteliti, data yang dikumpulkan melalui observasi partisipan lebih tepat dan komprehensif. Dengan ini peneliti akan melihat data yang lebih menyeluruh yang mungkin tidakbisa daidapatkan pada saat wawancara. Dengan melakukan magang selama kurang lebih empat bulan peneliti akan mendapatkan data dari hasil peninjaun langsung kepada objek yang diteliti,

6. Wawancara

Mewawancarai anggota legislatif negara bagian perempuan yang mencalonkan diri pada tahun 2019 dan mereka yang memenangkan pemilihan. Dalam wawancara, dua orang bertemu untuk bertukar pertanyaan dan jawaban tentang subjek tertentu, dengan tujuan membangun makna dari pertukaran tersebut. Dengan kata lain, wawancara adalah diskusi di mana dua orang ditanyai pertanyaan dan tujuan pembicaraannya adalah untuk mendapatkan tanggapan.

Wawancara dapat dilakukan dengan berbagai cara, termasuk format terorganisir dan tidak terstruktur. Peneliti dapat yakin akan informasi yang akan mereka peroleh dari wawancara terstruktur karena mereka telah mengembangkan pedoman penelitian untuk wawancara tersebut. Kemudian ada wawancara tidak terstruktur, di mana pewawancara tidak mengikuti serangkaian pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya yang dirancang untuk mengumpulkan data secara metodis dan menyeluruh; sebaliknya, mereka mengandalkan keakraban mereka sendiri dengan garis besar topik untuk mengarahkan pertanyaan mereka. Peneliti disini akan lebih mendengarkan responden dan mencatat segala hal yang berkaitan dengan penelitiannya. Dalam wawancara tidak lupa juga harus membawa alat

penunjang seperti tape recorder, kamera dan sebagainya yang menunjang kegiatan wawancara di dalam pengumpulan data penelitian. Dengan melakukan wawancara peneliti akan dapat data terkait marketing politik anggota legislative perempuan DPRD Kabupaten Sumenep secara mendalam.

7. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data. Metode ini dapat menunjang peneliti untuk memperoleh data sekunder sebagai pendukung data primer nantinya. Dokumentasi dapat berupa arsip, rekaman, foto-foto yang berkaitan dengan marketing politik anggota legislatif perempuan dalam pemilihan 2019 di Kabupaten Sumenep.

8. Teknik Analisis Data

a. Analisis kualitatif

Analisis data, sebagaimana disajikan dalam kumpulan hasil wawancara, adalah pencarian dan penyusunan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber (misalnya, catatan lapangan, wawancara, dll.) secara metodis dengan cara yang mudah dipahami dan informatif bagi orang lain. Karena materi yang dikumpulkan berbentuk deskripsi, pendekatan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Langkah pertama dalam analisis data adalah meninjau semua data yang saat ini dapat diakses. Ini termasuk informasi yang dikumpulkan dari wawancara, catatan lapangan yang diambil di lokasi penelitian, dokumen pribadi, dokumen resmi, foto, dan banyak lagi.

Salah satu metode yang digunakan untuk menganalisis data kualitatif adalah metodologi analisis data model interaktif, yang dimulai oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014). Tiga langkah yang terlibat dalam penerapan strategi ini adalah sebagai berikut ;

b. Pengumpulan Data

Salah satu langkah awal dalam melakukan penelitian adalah mengumpulkan data yang diperlukan. Metode yang digunakan meliputi mendokumentasikan temuan, melakukan wawancara, dan melakukan observasi terhadap partisipan. Data dikumpulkan dari wawancara mengenai pemasaran politikus perempuan yang dilakukan oleh peneliti, subjek penelitian, dan informan dalam pemilihan legislatif Kabupaten Sumenep 2019.

9. a. Kondensasi data

Meringkas data untuk disortir dengan cara memusatkan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mengubah informasi dari seluruh sumber yang berkaitan dengan pemasaran politisi perempuan pada pemilihan legislatif tahun 2019 di kabupaten Sumenep, meliputi catatan lapangan, transkrip wawancara, makalah, dan bahan empiris.

a. Penyajian data

Penyajian data adalah proses pengorganisasian dan penyatuan informasi yang telah dikumpulkan. Pendekatan utama agar penelitian kualitatif valid adalah dengan penyajian yang baik. Sebuah cerita dapat dideskripsikan menggunakan kata-kata, grafik, jaringan, bagan, atau jenis matriks lainnya.

b. Penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Untuk memperhitungkan data dalam hal validitasnya, perlu mengevaluasi kebenaran, kesesuaian, dan keandalannya sebelum menarik kesimpulan, menyajikan data, dan meringkasnya dalam diskusi penelitian.