

MODEL KOMUNIKASI POLITIK CALEG PEREMPUAN PADA PEMILU 2024

¹⁾Muhammad Nurhidayat, ²⁾Mahdar, ³⁾Abdul Sarlan Menungsa

(^{1,2,3})Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara
 Email: ¹⁾mnurhidayat589@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini adalah hasil Model Komunikasi Politik Caleg Perempuan Pada Pemilu 2024 (Studi Pada Partai Nasional Demokrat Kabupaten Kolaka Timur). Lokasi penelitian ini berada di Partai Nasional Demokrat (Nasdem) Kabupaten Kolaka Timur. Data dikumpulkan dan dianalisis melalui metode deskriptif kualitatif. Tujuannya untuk mengetahui analisis model komunikasi politik caleg perempuan pada pemilu 2024 studi pada Partai Nasional Demokrat, dan teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi caleg dari Partai Nasional Demokrat (Nasdem) Kabupaten Kolaka Timur pada Pemilu 2024 berfokus pada pendekatan informatif dan persuasif. Caleg perempuan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, termasuk media outdoor/baliho, media sosial, serta pertemuan langsung dengan masyarakat untuk menyampaikan pesan kampanye mereka. Penelitian ini menggunakan Model Komunikasi yang dikemukakan oleh Harold D Lasswell 1948 yang meliputi 5 tahapan, yakni *Who* (siapa), *Says What* (mengatakan apa), *In Which Channel* (melalui saluran apa), *To Whom* (kepada siapa) dan *With What Effect* (dengan akibat apa).

Kata Kunci: Komunikasi Politik; Caleg Perempuan; Partai Nasdem

Abstract

This research is the result of an Analysis of the Political Communication Model of Female Legislative Candidates in the 2024 Election (Study on the National Democratic Party of East Kolaka Regency). The location of this research is in the National Democratic Party (Nasdem) of East Kolaka Regency. Data is collected and analyzed through qualitative descriptive methods. The purpose is to find out the analysis of the political communication model of female legislative candidates in the 2024 election study on the national democratic party. The technique for determining informants uses purposive sampling. The results of the study show that the communication model of candidates from the National Democratic Party (Nasdem) of East Kolaka Regency in the 2024 Election focuses on an informative and persuasive approach. Female candidates use various communication channels, including outdoor media/billboards, social media, and direct meetings with the community to convey their campaign messages. This study uses the Communication Model proposed by Harold D Lasswell 1948 which includes 5 stages, namely Who, Says What, In Which Channel, To Whom and With What Effect (with what consequences).

Keywords: Political Communication; Female Candidates; Party Nasdem

PENDAHULUAN

Pemilihan umum secara praktis merupakan cara untuk menerapkan kedaulatan rakyat. Mendelegasikan kekuasaan dan hak-hak tertentu kepada wakil-wakil yang mereka pilih di parlemen dan pemerintahan melalui proses demokrasi membantu rakyat untuk membangun legitimasi otoritas mereka (Harimasang et al., 2024). Demokrasi merupakan sistem pemerintahan yang memberikan kesempatan yang sama kepada semua rakyatnya untuk berpartisipasi dalam menentukan kebijakan yang berdampak pada kehidupan mereka (Harefa, 2020). Demokrasi merupakan sebuah sistem politik dimana semua warga negara memiliki hak yang sama dalam proses pengambilan keputusan dan diberikan kebebasan untuk mengekspresikan pendapat mereka demi kemajuan masyarakat. Hal ini menjamin adanya kesempatan bagi laki-laki dan perempuan untuk berpartisipasi aktif dalam kemajuan bangsa, sehingga menciptakan peluang baru bagi eksistensi perempuan dalam peran di Indonesia (Santiasih & Menungsa, 2024). Pada sistem demokrasi, keterwakilan perempuan merupakan indikator penting dalam sistem politik. Kehadiran perempuan dalam politik dapat dicapai melalui proses pemilu. Berkat partisipasi politik perempuan, kepentingan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Kehadiran mereka memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan perundang-undangan, anggaran, dan kontrol. Partisipasi penuh perempuan merupakan prinsip dasar untuk program pembangunan apapun. Adanya perbedaan biologis antara laki-laki dan perempuan memengaruhi kehidupan masing-masing dalam hal sosial, budaya, ekonomi, dan bahkan politik. Kurang optimalnya kesetaraan dan keadilan gender membuat partisipasi perempuan dalam dunia politik menjadi minim.

Pemahaman politik cenderung dikaitkan dengan laki-laki. Pandangan ini muncul karena adanya *stereotip* yang tidak sepenuhnya akurat tentang politik, di mana politik sering kali dianggap sebagai sesuatu yang penuh dengan konflik, ketegasan, intrik, dan atribut yang lebih sering dikaitkan dengan karakteristik laki-laki. Akibatnya, partisipasi perempuan dalam dunia politik sering kali terbatas, bahkan di negara-negara yang sudah mencapai tingkat demokrasi dan kesetaraan hak yang tinggi. Kesetaraan dan keadilan gender yang masih jauh dari harapan terlihat dari kenyataan rendahnya partisipasi perempuan dalam jabatan-jabatan publik di dunia internasional yang sangat mengkhawatirkan. Ini ditunjukkan dari 418 partai politik di 86 negara, hanya ada 10,8% perempuan yang menjabat sebagai presiden/ketua partai, 18,7% yang menjabat sebagai deputi presiden/wakil ketua, 7,6% yang menjabat sebagai sekretaris jenderal, dan 9% yang menjabat sebagai juru bicara partai (Zamroni, 2013).

Undang-undang Nomor 12 tahun 2003 tentang Pemilihan Umum diberlakukan, perempuan berhasil meraih hak istimewa sementara (*affirmative action*) di bidang politik yang telah mereka perjuangkan. Kebijakan ini sangat menguntungkan bagi perempuan di Indonesia, karena dengan adanya amandemen Undang-undang tersebut, perempuan dapat meningkatkan partisipasi politiknya yang terlihat dalam peningkatan representasi perempuan di parlemen minimal 30 persen.

Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU) tahun 2019 ada 20 partai politik yang berpartisipasi dalam pemilihan anggota legislatif. Dari partai-partai tersebut, terdapat 7.968 orang yang mendaftar sebagai calon legislatif (caleg), dengan rincian 4.774 caleg laki-laki dan 3.194 caleg perempuan. Berdasarkan jumlah tersebut, kandidat perempuan yang berpartisipasi dalam Pemilihan Umum Legislatif (Pileg) adalah yang tertinggi sepanjang penyelenggaraan pemilu tersebut.

Perempuan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman politik yang kuat, akan sangat membantu partai politik baik dari segi kinerja dan kegiatan-kegiatan politik lainnya. Dengan kata lain, perempuan yang memiliki keterampilan dalam melakukan kegiatan politik, akan mempermudah dirinya mendapat simpatik dan membentuk citra dirinya yang secara otomatis akan berimbas kepada citra partai yang dinaunginya.

Jumlah calon legislatif perempuan dari partai Nasdem terbanyak dibandingkan partai lain. Hal ini berdasarkan pengumuman Daftar Calon Tetap (DCT) anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam Pemilihan Umum Tahun 2024 ada 17 partai politik yang berpartisipasi dalam pemilihan anggota DPRD. Dari partai-partai tersebut, terdapat 263 orang yang mendaftar sebagai calon legislatif (caleg), dengan rincian 169 caleg laki-laki dan 94 caleg perempuan. Berdasarkan jumlah tersebut, Partai Nasdem menyumbangkan 25 orang sebagai kandidat mereka. Rinciannya laki-laki sebanyak 15 orang dan perempuan sebanyak 10 orang. Ini menunjukkan caleg dari Partai Nasdem banyak menyumbang caleg perempuan. Melihat beberapa perempuan dari Partai Nasional Demokrat (Nasdem) yang terjun di dunia politik melalui lembaga legislatif, dengan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Analisis model komunikasi politik caleg perempuan pada Pemilu 2024 (Studi pada Partai Nasional Demokrat Kabupaten Kolaka Timur).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin dalam (Suwarjeni, 2014) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan- penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Secara umum penelitian kualitatif dapat digunakan tentang penelitian sejarah, tingkah laku organisasi, aktivitas sosial dan lain-lain.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada Partai Nasional Demokrat (Nasdem) Kabupaten Kolaka Timur. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh perempuan anggota Partai Nasional Demokrat di Kabupaten Kolaka Timur yang mengikuti Pemilu 2024. Pada penelitian ini dipilih beberapa caleg perempuan dan masyarakat kolaka timur, peneliti menetapkan sebanyak 9 orang informan. Menurut Sugiyono (2019) *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Sementara itu dalam prosedur sampling yang paling penting adalah bagaimana menentukan informan kunci (*key informan*) atau situasi social tertentu yang sarat informasi. Memilih sampel, dalam hal ini informan kunci atau situasi social lebih tepat dilakukan dengan sengaja atau bertujuan, yakni dengan *purposive sampling* (Sugiyono, 2019)

Sugiyono (2019) dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*ind depth interview*) dan dokumentasi (Sugiyono, 2019).

HASIL PENELITIAN

Analisis Model Komunikasi Politik Caleg Perempuan Pada Pemilu 2024

Penelitian menggunakan model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell (Hariyanto, 2021). Model komunikasi merupakan perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi, dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku.

1. Siapa (*Who*)

Siapa (*Who*) merupakan orang yang menjadi pelaku utama dalam berkomunikasi. Pelaku utama sebagai sumber informasi atau pengirim pesan memiliki maksud yang memulai di dalam suatu komunikasi. Calon legislatif perempuan memainkan peran dalam menyampaikan pesan-pesan politik, sosial, dan budaya kepada masyarakat. Sebagai sumber informasi, caleg perempuan berusaha untuk menyuarakan aspirasi dan kebutuhan

konstituen mereka, serta mempromosikan nilai-nilai kesetaraan dan pemberdayaan perempuan.

Who yang dimaksud dalam penelitian ini adalah komunikator yakni calon legislatif perempuan dari partai Nasdem, merupakan pelaku utama yang memiliki peran yang sangat penting dalam penyampaian informasi maupun komunikasi dalam komunikasi politik yang dilakukan. Hal ini sesuai dengan model Komunikasi Model Lasswell 1948 yang digunakan peneliti dimana indikator model tentang penjabaran Siapa (*who*) merupakan siapa yang menjadi pelaku utama dalam berkomunikasi. Pelaku utama memiliki maksud yang memulai di dalam suatu komunikasi (Misyuniarto, 2020)

2. *Says What* (pesan)

Mengatakan apa (*Says What*), merupakan isi dari suatu komunikasi berupa verbal maupun nonverbal yang dapat mewakili perasaan, gagasan, nilai atau maksud dari sumber yang menyampaikan pesan. Pesan adalah suatu gagasan atau ide berupa informasi, pengetahuan dan ajakan. Kegiatan kampanye yang dilakukan oleh caleg perempuan dari Partai Nasdem mencerminkan bagaimana pesan-pesan tersebut disampaikan untuk mencapai tujuan politik.

Penjabaran Mengatakan Apa (*What Says*) caleg perempuan dalam komunikasi politik menunjukkan bahwa Ibu Lisna dan Ibu Andi Rasbiatun menggunakan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan tujuan mereka dalam kampanye politik. Ibu Lisna menggunakan pendekatan informatif yang fokus pada penyampaian informasi yang jelas dan terperinci mengenai program kerjanya, sementara Ibu Andi Rasbiatun menggunakan pendekatan persuasif untuk memengaruhi sikap pemilih dan mendorong dukungan aktif.

3. *In Wich Channel* (Saluran/Media)

Saluran/media adalah alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran saluran ini dapat berupa media cetak, media outdoor maupun media modern seperti media sosial,. Pilihan saluran sangat memengaruhi efektivitas penyampaian pesan, karena masing-masing media memiliki karakteristik dan jangkauan yang berbeda.

Unsur *in wich channel*/saluran dalam model komunikasi Laswell yang digunakan caleg perempuan dalam komunikasi politik menunjukkan bahwa Ibu Lisna dan Ibu Andi Rasbiatun secara keseluruhan, memanfaatkan berbagai media untuk menjangkau pemilih dari berbagai latar belakang. Media outdoor, seperti baliho, memungkinkan calon memperkenalkan diri secara luas dan membangun keterlihatan di ruang publik. Baliho juga efektif dalam mencapai masyarakat yang mungkin kurang terpapar oleh media digital atau tidak memiliki informasi daring. Dengan menempatkan baliho di lokasi-lokasi yang ramai, pesan kampanye dapat menjangkau massa yang lebih luas. Sementara itu, media sosial memainkan peran vital dalam menjangkau kelompok pemilih yang lebih muda, kritis, dan aktif secara digital. Platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok memungkinkan kandidat untuk menyampaikan pesan-pesan politik secara langsung dengan audiensnya. Di sisi lain, pendekatan tatap muka memberikan peluang bagi calon legislatif untuk menciptakan koneksi personal kepada pemilih perempuan yang lebih dalam, yang sering kali sulit dicapai melalui media massa.

4. *To Whom* (penerima/komunikan)

Pertanyaan keempat adalah *to whom*, pertanyaan ini maksudnya menanyakan siapa yang menjadi audience atau penerima pesan (komunikan). Penerima pesan (komunikan) adalah manusia berakal budi yang menjadi tujuan dari pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sebagaimana komunikator, komunikan juga dapat terdiri dari satu orang, banyak orang (kelompok kecil, kelompok besar, termasuk dalam wujud organisasi), dan massa.

Masyarakat diharapkan menjadi lebih terbuka dan objektif dalam menilai calon legislatif, tanpa terpaku pada faktor gender, agama, atau suku. Yang paling penting adalah memilih pemimpin yang memiliki visi, misi, dan kemampuan nyata untuk memajukan daerah. Dengan dukungan yang diberikan kepada calon legislatif perempuan, diharapkan masyarakat dapat menilai calon berdasarkan kemampuan dan komitmen mereka dalam membangun dan memimpin wilayah, serta memberikan harapan bagi kemajuan bersama.

5. *With What Effect (Dampak/Efek)*

Pertanyaan kelima dari komunikasi Model Lasswell ini adalah “*with what effect*” atau “apa efek dari komunikasi tersebut.” Efek komunikasi merujuk pada perubahan yang terjadi dalam diri komunikan sebagai akibat dari pesan yang disampaikan oleh komunikator. Efek ini dapat berupa efek psikologis yang terbagi menjadi tiga jenis: pengaruh kognitif, pengaruh afektif, dan pengaruh konatif.

With What Effect, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah efek kognitif yang terjadi setelah menerima pesan tersebut pada perubahan dalam pemahaman dan pengetahuan terhadap pesan kampanye yang disampaikan oleh calon legislatif perempuan tersebut. Hal ini telah selaras dengan konsep model Lasswell yang digunakan peneliti dengan menyatakan bahwa *With what effect* (dampak/efek) efek komunikasi adalah situasi yang diakibatkan oleh pesan komunikator dalam diri komunikasinya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan bahwa kegiatan kampanye politik yang dilakukan oleh calon legislatif perempuan dari partai Nasdem Kolaka Timur telah berjalan secara efektif. Hal tersebut bersesuaian dengan model komunikasi efektif oleh Harold D. Lasswell yang memuat lima kerangka komunikasi dalam bentuk pertanyaan 5W yakni:

- a. *Who* (Siapa /Komunikator).
Calon legislatif perempuan dari partai Nasdem Kolaka Timur menjadi pelaku utama dalam berkomunikasi atau komunikator.
- b. *Says what* (pesan)
Pesan yang disampaikan oleh caleg perempuan partai Nasdem bersifat informatif dan persuasif, informatif yang dimaksud adalah menyampaikan pesan yang tidak hanya memperkenalkan dirinya dan latar belakang pribadinya, tetapi juga memberikan penjelasan yang mendetail mengenai visi, misi, dan program kerjanya, sedangkan pesan persuasif dirancang untuk membujuk dan meyakinkan untuk memperoleh dukungan yang lebih luas.
- c. *To whom* (penerima/komunikan)
Komunikan atau penerima pesan adalah masyarakat Kabupaten Kolaka Timur, terutama masyarakat yang berada daerah pemilihan (Dapil).
- d. *In wich channel* (saluran/media)
Calon legislatif perempuan partai Nasdem menggunakan media outdoor atau baliho, media sosial seperti facebook, instagram dan TikTok serta media tatap muka berbentuk diskusi.
- e. *With what effect* (dampak/efek)
Kegiatan kampanye politik yang dilakukan oleh caleg perempuan partai Nasdem memberikan dampak kognitif. Kognitif dimaksudkan adalah perubahan dalam pemahaman, pengetahuan, dan kesadaran publik terhadap pesan kampanye yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Harefa, D. (2020). *demokrasi pancasila di Era Kemajemukan*. PM. Publisher.
- Harimasang, Suyuti, N., & Hasyim, A. (2024). *PENYEBARAN MISINFORMASI PEMILU TAHUN 2024 DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK (GRUP SULTRA WATCH)*. 2(2), 247–253.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Misyuniarto, K. M. (2020). *KOMUNIKASI POLITIK KIAI DALAM PEMILIHAN UMUM TAHUN 2019*. 10(1).
- Santiasih, N., & Menungsa, A. S. (2024). *KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEDIA SOSIAL (ANALISIS SEMIOTIKA FACEBOOK TINA NUR ALAM OFFICIAL)*. 2(2), 188–194.
- Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Suwarjeni, W. (2014). *metodologi penelitian lengkap, praktis dan mudah di pahami* (cetakan pe). pustaka baru press.
- Zamroni, M. (2013). *Perempuan dalam kajian komunikasi politik dan gender*. XIV(1), 103–132.