

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia dengan konsep demokrasi tak terlepas dari partisipasi politik yang dimana menyatakan kedaulatan berada ditangan rakyat, serta dilaksanakan secara bersama demi tercapainya tujuan dan masa depan warga negara itu dalam memilih seseorang menjadi pemimpin (Budiardjo, 2008). Dalam pergantian pemimpin tentunya sebagai negara demokrasi melalui pemilihan umum yang harus melibatkan seluruh komponen masyarakat dalam menentukan arah dan kebijakan negara tidak terkecuali perempuan di dalam sebuah lembaga legislatif. Dengan melibatkan perempuan dalam pemilihan umum legislatif tentunya diperlukan cara-cara khusus untuk memperolehnya dikarenakan masyarakat semakin kritis sehingga menuntut kesetaraan pemilihan umum untuk melakukan pendekatan (Sari, 2021).

Salah satu pendekatan yang bisa dilakukan yaitu dengan pemasaran politik, Menurut Firmanzah (2011) Pemasaran politik adalah metode dan penerapan pemasaran dalam konteks politik yang digunakan oleh kontestan (individu atau kelompok) untuk menjelaskan isu-isu politik, karakteristik pemimpin, ideologi, dan program kerja kepada masyarakat umum. Oleh karena itu, pemasaran politik berbeda dari pemasaran bisnis atau komersial, karena konsepnya bertujuan untuk mengembangkan pendekatan strategis dalam mempromosikan partai atau kandidat politik, yang pada gilirannya menciptakan dan menawarkan program kerja yang relevan dengan masyarakat umum. (Suherman, 2019).

Pemasaran politik dalam kontestansi politik terutama pemilihan anggota legislatif menjadi sebuah keniscayaan dalam proses demokratisasi yang mempersilahkan setiap calon anggota untuk mendapat simpati dari pemilih. Pemasaran politik sangat berperan penting dalam sebuah proses Pemilu legislatif untuk mengantarkan calon yang berkontestasi menduduki kursi. Pemasaran politik bertujuan untuk mendapatkan perhatian publik yang dilakukan oleh suatu kontestasi politik yang dilakukan oleh kontestan atau kandidat. Menurut Girma (2016), ibaratkan pemilih sebagai konsumen dan kandidat politik sebagai produsen yang

dimana sebagai produsen harus bekerja keras untuk menyediakan dan memenuhi keinginan konsumen melalui program yang ditawarkan. Dengan hal tersebut, maka calon legislatif perempuan memanfaatkan *political marketing* dalam menentukan segmentasi pemilih yang dipertimbangkan, memilah media komunikasi yang tepat. Dari tubuh calon legislatif perempuan masing-masing, merancang isu-isu yang akan dilempar ke masyarakat, mengomunikasikan solusi yang hendak diterapkan ketika berkuasa, ideologi partai dan kontrol sosial terhadap partai politik atau individu yang berkuasa dengan secara luas dan diakhiri dengan tokoh-tokoh yang berfungsi sebagai ujung tombak dalam struktur kepartaian. Kemasan dari calon legislatif perempuan yang kemudian ditawarkan kepada masyarakat luas yang kemudian menjadikan terciptanya pasar politik. Tujuannya adalah mengambil simpati dari masyarakat dari berbagai golongan dan memperoleh suara sebanyak-banyaknya (Loriana Sosek, 2021)

Dengan adanya kebijakan melalui keterlibatan calon legislatif perempuan dalam pemilihan legislatif yang dicalonkan oleh partai politik harus memenuhi kuota 30% bagi kaum perempuan tercantum dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 mengatur tentang partai politik Pasal 29 ayat 1a yang menyatakan “Rekrutmen sebagaimana dimaksud ada ayat (1) huruf b mengenai bakal calon anggota Dewan Perwakilan Rakyat dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dilaksanakan melalui seleksi kaderisasi secara demokratis sesuai dengan AD dan ART dengan mempertimbangkan paling sedikit 30% (tiga puluh perseratus) keterwakilan perempuan” dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum yang mengatur mengenai keterwakilan perempuan sebanyak 30%. Dengan adanya kebijakan ini berarti kaum perempuan memiliki suatu agenda besar yang harus dilakukan oleh perempuan Indonesia untuk terlibat aktif dalam pemilihan umum.

Dengan adanya kebijakan tersebut berarti kaum perempuan memiliki kesempatan yang besar untuk terlibat aktif dalam pemilihan umum dan melalui peraturan tersebut dipandang sebagai kemajuan signifikan kaum perempuan di dunia politik. pentingnya pemenuhan kuota minimal 30% di ruang politik bagi kaum perempuan berdampak pada dukungan kepemimpinan perempuan. Selain itu,

memberikan kesempatan kepada kelompok tertentu untuk berpartisipasi aktif dalam proses kegiatan politik seperti khususnya perempuan memberikan sebuah metode atau tindakan khusus kepada anggota perempuan karena minimnya jumlah perempuan dalam lembaga-lembaga pengambil keputusan. Terdapat beberapa faktor yang membuat 30% lebih mudah bagi perempuan untuk terlibat dalam politik, terutama di DPR/DPRD. Salah satunya adalah kerangka demokrasi yang berlandaskan hak asasi manusia, yang mewajibkan setiap individu untuk menghormati dan memanfaatkan hak pilihnya dengan cara yang sesuai dengan kepentingan mereka. Ini dapat melalui tanggung jawab dan kepekaan terhadap isu-isu publik yang berkaitan dengan perempuan dan anak, moralitas yang baik, atau kemampuan untuk mengubah undang-undang yang ditetapkan oleh pembuat undang-undang agar lebih responsif terhadap gender. Salah satu aturan yang peka gender yang sangat krusial, terutama ketika 50% dari populasi dan karyawan adalah perempuan yang hidup dalam kemiskinan, adalah memastikan bahwa tidak hanya jumlah keputusan dan peraturan yang dibuat, tetapi juga bahwa keputusan tersebut menguntungkan seluruh anggota masyarakat (Syahputa & Ahmadi, 2021).

Pemilihan legislatif DPRD Provinsi Jawa Barat tahun 2024 mengalami perubahan dengan memperebutkan 120 kursi yang tersebar di 15 Daerah Pemilihan (Dapil) dibanding tahun 2019 dengan tersedianya 100 kursi. Hasil pemilu legislatif politisi perempuan yang terisi 22,5% atau 27 kursi dari 120 wakil rakyat. Tantangan keterwakilan perempuan di lembaga legislatif adanya stereotip gender yang masih menjadi budaya sehingga perlunya peningkatan kesadaran tentang isu gender mengenai keterlibatan perempuan sebagai pemimpin. Salah satu anggota legislatif perempuan yang menarik perhatian membawa program mengenai kesetaraan gender beberapa hal yang menjadi landasan salah satunya ketika terpilihnya maka akan lebih mengedepankan hak-hak perempuan tanpa kemudian membuat sebuah diskriminasi kembali terhadap laki-laki. Landasan tersebut tentunya menjadi semangat baru akan keterlibatan kaum perempuan di ranah politik.

Perempuan yang menarik perhatian ialah Humaira Zahrotun Noor yang mencalonkan diri sebagai legislatif termuda yang berhasil memenangkan satu kursi legislatif. Dia menjadi Calon Anggota Legislatif DPRD Jawa Barat melalui Partai

Kebangkitan Bangsa (PKB) pada Dapil II: Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Sosok Humaira merupakan perempuan yang berasal dari Bandung berusia 23 tahun. Humaira menempuh pendidikan sebagai mahasiswa lulusan program studi Ilmu Politik di Universitas Indonesia. Sebagai seorang perempuan aktif di dalam kampus dengan memperoleh penghargaan BEM FISIP UI tahun 2022.

Beberapa hal terpilihnya Humaira menjadi anggota legislatif tidak lepas dari sosok kedua orang tua nya yang memiliki peran penting di masyarakat. Humaira sebagai Putri dari politisi senior PKB yaitu Cucun Ahmad Syamsurijal yang kini menduduki sebagai Wakil Ketua DPR RI periode 2024-2029. Masyarakat meyakini dengan terpilihnya Humaira akan lebih mudah masyarakat berinteraksi untuk menyuarakan pendapatnya. Keluarga Humaira memiliki nilai atau hak istimewa di masyarakat terutama sang ayah Cucun yang tiga periode berturut-turut masuk dalam jajaran pimpinan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) RI. Dalam Teori sosiologi menjelaskan hak istimewa (Privilege) sebagai hasil interaksi antar subjek (individu) yang kemudian memiliki fungsi-fungsi dalam hubungan antar subjek tersebut. Privilege itu berupa banyak hal; aspek struktural berupa aspek pada kekuasaan, modal ekonomi, dan pengetahuan politik, dan aspek kultural berupa modal ekonomi dan popularitas (Tantan, n.d.)

Hal ini menunjukkan bahwa popularitas seorang anggota legislatif di suatu negara akan memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat. Sebagai contoh, jika anggota DPR tersebut adalah sosok yang terhormat dan telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, maka proses pemilihannya akan menjadi lebih mudah. Seorang legislator negara bagian juga memiliki dampak pada tingkat kepercayaan publik. Jika legislator tersebut adalah individu yang dihormati dan telah berhasil meraih kepercayaan masyarakat, maka mereka akan lebih mudah terpilih.

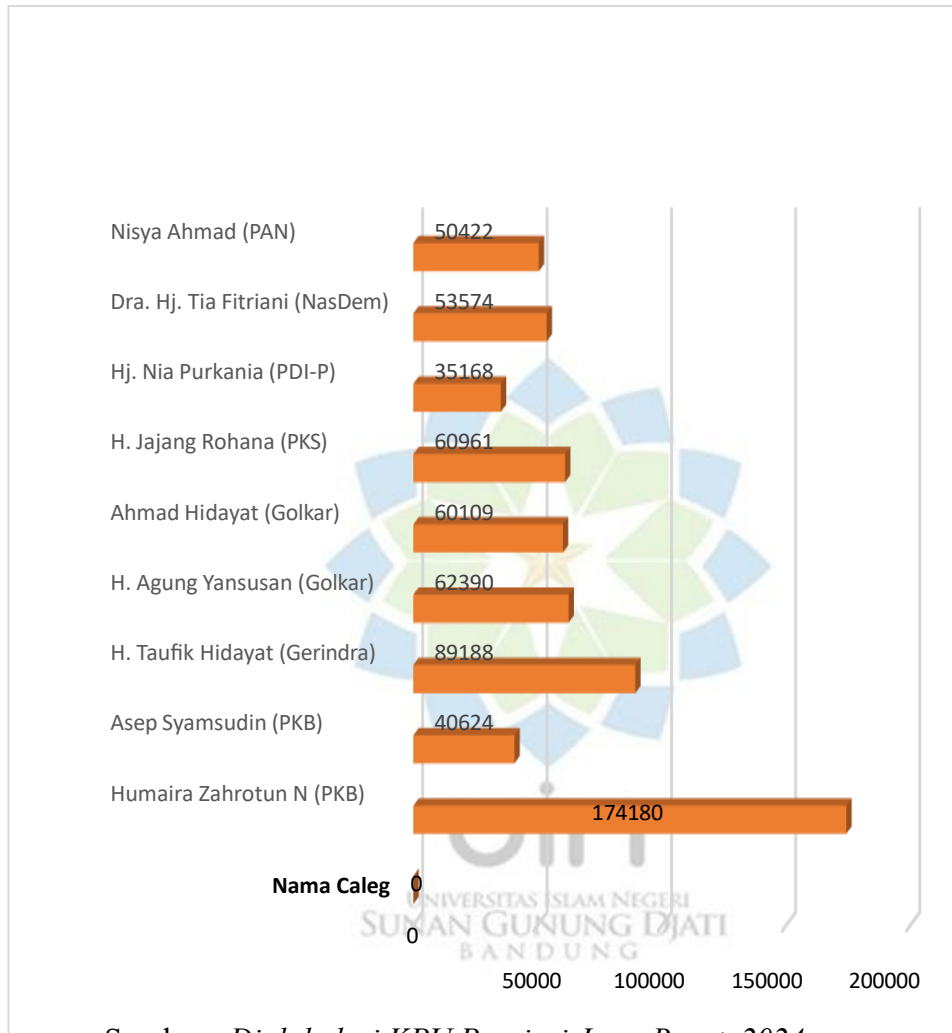
Kedua, Masyarakat yang mengenal seluruh keluarga Humaira sejak dahulu sehingga secara sukarela ikut tergabung sebagai mesin politik dalam mensosialisasikan Humaira kepada masyarakat lain. Dukungan penuh majunya Humaira sebagai Calon Anggota legislatif Provinsi Jawa Barat tidak lepas dari hadirnya masyarakat. Masyarakat di Dapil II Jawa Barat yang dimana menjadi

kemenangan sang ayah tiga periode dan Dapil II terutama Kabupaten Bandung pada Partai Kebangkitan Bangsa dengan sebagai pengusung Humaira juga memenangkan suara tertinggi sehingga menjadi Dapil strategis bagi Humaira mendapat simpati untuk mendukungnya dengan memberikan suara.

Ketiga, Humaira dikenal sebagai seorang perempuan aktif dalam organisasi kepemudaan di masyarakat yaitu Humaira menduduki jabatan yang strategis sebagai Wakil Ketua karang taruna Kabupaten Bandung periode 2021-2023 dan Bendahara KNPI Kabupaten Bandung serta dikenal sebagai sosok yang ramah dan sopan. Dalam organisasi keperempuanan Humaira juga menjabat sebagai Wakil Ketua Perempuan Bangsa tahun 2020-2023. Dengan keaktifan inilah Humaira memiliki modal sosial dengan berhasil menjadi pemimpin di berbagai organisasi sehingga timbul kepercayaan masyarakat.

Selanjutnya, Humaira mampu peringkat 1 perolehan suara di Dapil II Jawa barat menggeser incumbent Anggota DPRD Jawa Barat. Keberhasilan ini membuktikan bahwa ia berhasil menarik hati masyarakat Jawa Barat terutama Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat sehingga elektabilitasnya meningkat, meskipun pada dasarnya ia baru pertama kali mengikuti kontestasi politik. Dengan kemenangan ini membuktikan bahwa modal sosial yang dimiliki Humaira berjalan dengan baik. Semua ini juga karena adanya dukungan penuh dari masyarakat yang memiliki pengaruh luar biasa dalam mengantarkan Humaira lolos menjadi Anggota DPRD Jawa Barat tahun 2024-2029. Selain masyarakat luas, bawasannya Humaira menjadi salah satu generasi Z yang tumbuh di era digital tentunya menurut Bruce Tulgan dalam *Meet Generation Z: Second Generation within the Giant Millennial Cohort*. Generasi yang lahir dalam tahun 1997-2012 memiliki karakteristik melek teknologi, kreatif, kritis, dapat menerima perbedaan, peduli dan senang berekspresi. Generasi Z memiliki kuantitas terbesar ketiga dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pada Pemilihan Umum 2024 yang tentunya menjadi peluang dapat memperoleh suara.

**Tabel 1. 1 Data Pemilihan Legislatif DPRD Jawa Barat Dapil II Tahun 2024**



Sumber : *Diolah dari KPU Provinsi Jawa Barat, 2024*

Dari data diatas dapat dilihat bahwa suara terbanyak didapatkan oleh saudari Humaira Zahrootun Noor dengan perolehan suara peringkat 1 suara sah sebanyak 174.180 suara sah. Dengan memiliki modal sosial yang kuat terutama dari organisasi kepemudaan di Kabupaten Bandung, selain itu memiliki jaringan dan mesin politik yang kuat. Dengan hal tersebut bagaimana memobilisasi dukungan masyarakat terutama di kaum perempuan. Kemenangan kandidat Humaira dalam periode pemilu tentunya membuktikan bawasannya perempuan mampu bersaing di

ranah politiiik. Tentu saja hal tersebut tidak terlepas dari modal sosial dan materi yang mengiringi kesuksesannya dimana modal sosial menjadi aspek penting dalam pemasaran politik. kandidat dituntut untuk mampu membentuk sosial kontrak sebagai strategi mengumpulkan dukungan massa. Kemampuan memanfaatkan isu-isu politik terbaru dan hangat diperbincangkan terutama di media tentunya menjadi salah satu strategi mendapatkan suara. Hal hal tersebut dapat diperoleh apabila para caleg mempunyai dukungan pemilih yang luas.

Penelitian ini terletak pada analisis yang secara spesifik mengkaji strategi pemasaran politik dalam konteks kemenangan Humaira Zahrotun Noor pada Pemilu Legislatif DPRD Jawa Barat 2024 dengan pendekatan yang integratif antara aspek personal branding kandidat, penguatan identitas partai, serta optimalisasi jaringan sosial-politik berbasis lokal. Penulis menitikberatkan penelitian ini pada strategi figur politik nasional, penelitian ini menghadirkan perspektif mikro elektoral pada level legislatif daerah dengan mengurai secara komprehensif bagaimana strategi komunikasi politik, segmentasi pemilih, positioning kandidat, serta pemanfaatan media baik konvensional maupun digital dikonstruksikan dan diimplementasikan secara kontekstual di Jawa Barat.

Penelitian ini juga mencerminkan pada fokus kajian terhadap figur perempuan dalam kontestasi legislatif daerah. Dalam konteks politik lokal yang masih kental dengan dominasi aktor laki-laki, kemenangan Humaira Zahrotun Noor menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji melalui perspektif pemasaran politik. Penelitian ini berupaya melihat bagaimana strategi komunikasi politik yang dibangun mampu mengonstruksi citra kepemimpinan perempuan yang kredibel, inklusif, serta responsif terhadap kebutuhan konstituen. Sehingga penelitian ini analisis empiris terhadap efektivitas kombinasi antara kekuatan struktur partai dan kapasitas personal kandidat dalam membangun kedekatan emosional dengan pemilih, memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian pemasaran politik di tingkat lokal serta memberikan kontribusi akademis terhadap pengembangan literatur mengenai partisipasi dan keberhasilan perempuan dalam politik elektoral di tingkat daerah.

Berdasarkan hal diatas studi ini akan coba menjelaskan bagaimana Strategi

Pemasaran Politik yang dilakukan oleh saudari Humaira Zahrootun Noor untuk memenangkan salah satu kursi legislatif di Provinsi Jawa Barat. Selain itu kerja politik seperti apa yang dilakukan oleh mesin politik dan jaringan perempuan yang dimilikinya untuk meloloskan caleg perempuan terpilih tersebut ke parlemen.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Politik Humaira Zahrotun Noor Atas Terpilihnya Sebagai Anggota DPRD Jawa Barat 2024?
2. Apa Saja Faktor Pendukung Strategi Pemasaran Politik Humaira Zahrotun Noor Sebagai Anggota DPRD Jawa Barat 2025?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Strategi Pemasaran Politik Kemenangan Humaira Zahrotun Noor Menjadi Anggota DPRD Jawa Barat 2024.
2. Untuk Mengetahui dan Menguraikan Faktor Pendukung Humaira Zahrotun Noor Terpilihnya Menjadi Anggota Legislatif di Jawa Barat 2024.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat Teoritis

- a) Menambah dan memperluas pengetahuan umum secara umum, khususnya dalam bidang ilmu politik mengenai strategi pemasaran politik.
- b) Menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan melakukan penelitian dengan baik.

Manfaat Praktis

- a) Diharapkan dapat memberikan informasi dan pemikiran terkait strategi pemasaran politik dalam pemilihan wakil rakyat, khususnya bagi calon anggota legislatif perempuan di Jawa Barat.
- b) Memberikan manfaat serta kontribusi bagi individu, masyarakat, bangsa, negara, atau pihak-pihak yang berkepentingan dalam merumuskan strategi kemenangan.

### **E. Kerangka Berpikir**

Alur pikir merupakan metode logika berpikir penulis dalam memecahkan

sebuah masalah penelitian dalam membuat alur pikir, seorang penulis diharuskan memiliki sebuah visualisasi sederhana agar memecahkan masalah fokus, konsisten dan tidak menambah kerumitan dalam menyusun penelitian ini diharapkan dapat terlaksana sesuai.

Alur kerangka berpikir strategi pemasaran politik yang dilaksanakan oleh Humaira Zahrotun Noor menggunakan Pemasaran Politik Adman Nursal atau 3P yaitu *Push Marketing*, *Pass Marketing* dan *Pull Marketing*. *Push Marketing* dalam taktik ini kandidat berupaya untuk melakukan kampanye tatap muka seperti kampanye dari pintu ke pintu, kepatuhan terhadap agama, bakti sosial, atau metode lainnya. *Pass Marketing* dalam taktik ini kandidat berupaya untuk melakukan kampanye tatap muka seperti kampanye dari pintu ke pintu, kepatuhan terhadap agama, bakti sosial, atau metode lainnya. Berbagai orang ketiga atau kelompok yang memiliki pengaruh di masyarakat tentunya memiliki nilai strategis bagi kandidat, sebab adanya pengaruh dari orang tersebut maka pesan- pesan politik kandidat dapat disalurkan. Dalam *Pass Marketing* ini orang ketiga bisa berupa organisasi, tokoh agama atau tokoh politik. sementara *Pull Marketing* strategi ini dilakukan melalui berbagai media massa, termasuk internet seperti instagram, telepon seluler, media cetak, dan perangkat elektronik. Sehingga alur kerangka berpikir sebagai berikut:

**Tabel 1. 2 Kerangka Berpikir**



*Sumber: Dibuat Oleh Penulis, 2024*

