

FAKTOR-FAKTOR KETERPILIHAN ANGGOTA LEGISLATIF PEREMPUAN PADA PEMILU LEGISLATIF SUMBAWA TAHUN 2024

Ria Sepriani

Program Studi Ilmu pemerintahan, Universitas Teknologi Sumbawa

Email : rsepriani89@gmail.com

ABSTRACT

Elections are the primary means of implementing democracy that guarantee citizens' political rights, including women's right to participate in the political process. Although affirmative policies to promote women's representation have been implemented, women's electability in legislative institutions remains relatively low. This study aims to analyze the factors influencing the electability of female legislative candidates who were successfully elected in the 2024 Legislative Election in Sumbawa Regency. This research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The findings indicate that women's electability is influenced by integrated political strategies, including push marketing through direct engagement with the community, pass marketing through the support of community leaders and local networks, and pull marketing through the use of mass media and social media. In addition, women's electability is determined by the management of political modalities, including political capital, economic capital, and social capital, with social capital emerging as the most dominant factor due to strong social networks and public trust. This study emphasizes that women's success in local political contests is not solely determined by affirmative action policies but also by individual women's capacity to manage political strategies and optimize their available modalities.

Keywords: *Female Members of the Sumbawa Regency DPRD; Political Strategy; Political capital; 2024 Election*

ABSTRAK

Pemilu merupakan sarana utama pelaksanaan demokrasi yang menjamin hak politik warga negara, termasuk perempuan, untuk berpartisipasi dalam proses politik. Meskipun kebijakan afirmatif keterwakilan perempuan telah diterapkan, keterpilihan perempuan di lembaga legislatif masih relatif rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor keterpilihan anggota legislatif perempuan yang berhasil terpilih pada Pemilu Legislatif tahun 2024 di Kabupaten Sumbawa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan keterpilihan perempuan dipengaruhi oleh strategi politik terintegrasi, meliputi push marketing melalui pendekatan langsung kepada masyarakat, pass marketing melalui dukungan tokoh masyarakat dan jaringan komunitas lokal, serta pull marketing melalui pemanfaatan media massa dan media sosial. Selain itu, keterpilihan perempuan juga ditentukan oleh pengelolaan modalitas politik, termasuk modal politik, modal ekonomi, dan modal sosial, dengan modal sosial menjadi faktor paling dominan karena kuatnya jaringan sosial dan kepercayaan masyarakat. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan perempuan dalam kontestasi politik lokal tidak hanya ditentukan oleh kebijakan afirmatif action, tetapi juga oleh kemampuan individu perempuan dalam mengelola strategi politik dan mengoptimalkan modalitas yang dimiliki.

Kata Kunci: DPRD Perempuan Kabupaten Sumbawa; Strategi Politik; Modalitas Politik; Pemilu 2024

Pendahuluan

Hak politik merupakan bagian dari hak asasi warga negara yang menjamin setiap individu untuk berpartisipasi dalam kehidupan politik, baik sebagai pemilih maupun sebagai pihak yang dipilih dalam jabatan publik. Hak ini mencakup hak untuk memilih dan dipilih dalam pemilihan umum legislatif dan eksekutif, serta hak untuk menduduki jabatan perwakilan politik di tingkat nasional maupun daerah (Yano, 2025). Dalam sistem demokrasi, pemenuhan hak politik menjadi indikator penting bagi terwujudnya pemerintahan yang demokratis dan partisipatif.

Pada tanggal 14 Februari 2024, Indonesia kembali menyelenggarakan Pemilihan Umum secara serentak yang meliputi pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), serta Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) provinsi dan kabupaten/kota. Penyelenggaraan pemilu serentak merupakan bagian dari reformasi sistem pemilu nasional yang bertujuan meningkatkan efisiensi, transparansi, serta partisipasi politik masyarakat (Komisi Pemilihan Umum, 2024). Dalam konteks Demokrasi Pancasila, pemilu menjadi sarana utama bagi rakyat untuk menyalurkan kedaulatannya secara langsung melalui mekanisme perwakilan yang sah (Gishca, 2020).

Seiring perkembangan demokrasi, partisipasi politik perempuan di Indonesia menunjukkan kecenderungan meningkat. Perempuan kini tidak hanya berperan dalam ranah domestik, tetapi juga semakin aktif dalam bidang sosial, ekonomi, dan politik. Kondisi ini berbeda dengan masa lalu ketika sistem patriarki masih mendominasi struktur sosial dan politik, sehingga perempuan kerap ditempatkan pada posisi subordinat dibandingkan laki-laki (Hastuti, 2020). Padahal, keterlibatan yang setara antara laki-laki dan perempuan dalam proses politik merupakan prasyarat penting bagi pengambilan keputusan yang inklusif dan berkeadilan (Rahayu et al., 2021).

Sebagai bentuk afirmasi terhadap peningkatan peran politik perempuan, negara menetapkan kebijakan kuota keterwakilan perempuan minimal 30 persen dalam pencalonan anggota legislatif. Ketentuan ini pertama kali diatur dalam Pasal 65 ayat (1) Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2003 dan kemudian dipertegas kembali dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, yang mewajibkan partai politik memenuhi kuota keterwakilan perempuan pada setiap daerah pemilihan. Apabila ketentuan tersebut tidak dipenuhi, partai politik dapat dinyatakan tidak memenuhi syarat pencalonan (Rahayu et al., 2021). Kebijakan ini diharapkan mampu meningkatkan keterwakilan perempuan secara kuantitatif sekaligus substantif di lembaga legislatif.

Secara nasional, Pemilu Legislatif Tahun 2024 menunjukkan perkembangan positif dalam keterwakilan perempuan. Berdasarkan data KPU, sebanyak 127 perempuan terpilih sebagai anggota DPR RI dari total 580 kursi, atau sekitar 21,9 persen. Persentase ini merupakan capaian tertinggi sepanjang sejarah pemilu legislatif di Indonesia (Uzma, 2024). Capaian tersebut menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan publik terhadap perempuan dalam ranah politik nasional, meskipun masih berada di bawah kuota ideal 30 persen.

Di tingkat daerah, dinamika keterwakilan perempuan juga mengalami perkembangan yang beragam, termasuk di Kabupaten Sumbawa, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Berdasarkan hasil pemilu legislatif dalam tiga periode terakhir, keterwakilan perempuan di DPRD

Kabupaten Sumbawa menunjukkan tren peningkatan, yakni dari 12,5 persen pada periode 2014–2019, meningkat menjadi 13,3 persen pada periode 2019–2024, dan kembali meningkat menjadi 15,5 persen pada periode 2024–2029 (Kabar Sumbawa, 2024). Pada Pemilu 2024, dari total 45 kursi DPRD Kabupaten Sumbawa, sebanyak 7 kursi berhasil diisi oleh perempuan. Meskipun seluruh partai politik telah memenuhi bahkan melampaui kuota pencalonan perempuan sebesar 30 persen, hasil keterpilihan perempuan masih relatif rendah dan belum merata di seluruh daerah pemilihan (Aly, 2024).

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara keterwakilan perempuan secara formal dalam pencalonan dan keterpilihan aktual dalam hasil pemilu. Fenomena ini sejalan dengan temuan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pemenuhan kuota pencalonan tidak secara otomatis menjamin keterpilihan perempuan sebagai anggota legislatif (Hastuti, 2020; Thiana, 2024). Dengan demikian, peningkatan jumlah calon perempuan belum tentu berbanding lurus dengan peningkatan jumlah perempuan terpilih (Hastuti, 2020) (Thiana, 2024).

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji keterwakilan dan keterpilihan perempuan dalam pemilu legislatif. Hastuti (2020) menemukan bahwa di Kabupaten Bantul, meskipun seluruh partai politik telah memenuhi kuota 30 persen calon perempuan, tingkat keterpilihan perempuan hanya mencapai 8,9 persen (Hastuti, 2020). Risdayanti (2020) menyoroti faktor-faktor yang memengaruhi keterpilihan caleg perempuan di Kabupaten Batanghari dengan pendekatan deskriptif kualitatif, baik bagi caleg yang berhasil maupun tidak berhasil terpilih (Risdayanti, 2020). Sementara itu, Rahayu et al. (2021) melalui pendekatan kuantitatif menemukan bahwa faktor gender, etnisitas, dan penampilan fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap keterpilihan perempuan di DPRD Kota Medan (Rahayu et al., 2021).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Thiana (2024) menunjukkan bahwa keterwakilan perempuan di DPRD Kabupaten Sumbawa Barat periode 2019–2024 masih sangat rendah meskipun syarat kuota pencalonan telah dipenuhi (Thiana, 2024). Adapun Hartini (2024) menekankan bahwa keterwakilan substantif perempuan di DPRD Kabupaten Sumbawa periode 2019–2024 belum optimal, karena legislator perempuan belum sepenuhnya mampu mengakomodasi kepentingan perempuan dalam kebijakan publik (Hartini, 2024).

Meskipun kajian terdahulu telah memberikan gambaran penting, sebagian besar masih berfokus pada pemilu sebelum tahun 2024 atau pada aspek substantif umum. Terdapat celah penelitian untuk menganalisis faktor keterpilihan perempuan pada Pemilu 2024 dengan menekankan peran partai politik dan penggunaan modalitas politik dalam konteks lokal Kabupaten Sumbawa. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menganalisis upaya calon legislatif perempuan, pemanfaatan modal politik, serta peran partai politik dalam mendukung keberhasilan mereka melalui pendekatan kualitatif deskriptif.

Untuk membedah fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan Teori Strategi Politik dari Peter Schroder serta konsep Modalitas dari Pierre Bourdieu. Secara definisi, strategi merupakan proses penyusunan rencana utama guna mencapai tujuan jangka panjang suatu organisasi. Proses ini mencakup pengembangan langkah-langkah atau metode yang disusun secara sistematis agar tujuan tersebut dapat dicapai secara efektif (Maharani, 2022).

Tiga pendekatan utama untuk pemasaran politik digunakan dalam kampanye politik. Yang pertama adalah pemasaran politik yang dilakukan secara langsung kepada pemilih (push political marketing); yang kedua adalah pemasaran produk politik melalui media massa; dan yang ketiga adalah pemasaran politik melalui kelompok, organisasi, atau tokoh yang memiliki pengaruh besar di masyarakat (Dinata, 2022). Selain strategi politik, penelitian ini juga mengacu pada teori modalitas menurut Pierre Bourdieu. Modalitas dipandang sebagai relasi sosial yang berfungsi dalam sistem pertukaran dan memainkan peran krusial dalam struktur sosial masyarakat. Konsep modal Bourdieu mencakup banyak hal bukan hanya ekonomi, tapi segala bentuk sumber daya baik material maupun simbolik yang dianggap bernilai dan langka dalam suatu konteks sosial tertentu (HAS, 2023). Terdapat tiga modalitas politik yang perlu dimiliki oleh seorang kandidat yang akan berkompetisi dalam hal politik. Modal sosial, ekonomi, dan politik adalah ketiga modalitas tersebut (Mbolang, 2020).

Kedua pendekatan ini digunakan untuk memahami upaya yang dilakukan calon legislatif perempuan dalam memenangkan Pemilu Legislatif 2024 di Kabupaten Sumbawa, serta menganalisis bagaimana mereka memanfaatkan modalitas dan strategi pemasaran politik untuk meningkatkan keterpilihan. Pendekatan ini juga membantu menjelaskan berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan calon legislatif perempuan dalam Pemilihan tahun 2024.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keterpilihan anggota legislatif perempuan pada Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Sumbawa dengan lokasi utama meliputi lingkungan DPRD Kabupaten Sumbawa, kantor partai politik pengusung, serta wilayah pemilih di daerah pemilihan terkait. Sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap anggota legislatif perempuan terpilih, perwakilan partai politik, serta pemilih, yang dipilih secara purposive berdasarkan relevansi dan keterlibatan langsung dengan proses pemilu legislatif. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi Komisi Pemilihan Umum, arsip partai politik, pemberitaan media, serta dokumen pendukung lainnya. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri yang didukung dengan pedoman wawancara, pedoman observasi, dan catatan lapangan (Sapa, 2020). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan menerapkan triangulasi sumber untuk meningkatkan validitas data (Sukardiman, 2024). Analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sapa, 2020) untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor keterpilihan anggota legislatif perempuan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini disusun berdasarkan temuan lapangan yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan para informan kunci yang terlibat langsung dalam proses politik Pemilu Legislatif di Kabupaten Sumbawa. Informan penelitian terdiri atas calon legislatif perempuan terpilih, perwakilan partai politik, serta pemilih. Untuk

memberikan gambaran yang lebih sistematis mengenai profil informan penelitian, berikut disajikan tabel yang memuat identitas dan peran masing-masing informan dalam penelitian ini.

Table 1 Nama-Nama Informan Penelitian.

No	Nama Informan	Status/Profesi
1	Sri Wahyuni, S.AP	Wakil Ketua Komisi Tiga DPRD Sumbawa
2	Hj. Jamila, S.Pd., SD	Anggota Ketua Komisi Tiga DPRD Sumbawa
3	Taufik Urrahman, SE., M.P,	Wakil Ketua Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Kabupaten Sumbawa.
4	Makasau, E.Sos	Ketua Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Amanat Nasional (PAN) Kabupaten Sumbawa.
5	Opan Sadiman, S.AP,	Wakil Sekretaris Bidang Internal DPC PDI Perjuangan Kabupaten Sumbawa sekaligus Staf Ahli Wakil Ketua II DPRD Kabupaten Sumbawa.
6	Muhammad Saleh	Pemilih DPRD Perempuan Dapil 4

1. Upaya Calon Legislatif Perempuan Dalam Memenangkan Pemilu Menggunakan Teori Strategi Politik

Strategi marketing politik dalam pemilihan legislatif adalah strategi yang digunakan dalam kegiatan kampanye politik untuk memengaruhi pilihan pemilih (Dinata, 2022). Strategi politik, juga disebut sebagai pemasaran politik atau marketing politik, adalah sekumpulan metode yang digunakan untuk membantu kontestan politik dalam mempromosikan dan memasarkan ide, gagasan, ideologi, dan karakteristik politik pemimpin partai, serta program kerja, visi, dan tujuan partai kepada masyarakat (Maharani, 2022). Dalam dunia politik, aktor atau politisi menggunakan strategi sebagai cara untuk mendekati dan mempengaruhi pemilih (Widodo, 2022).

Dalam pemasaran politik, pasar sasaran terbagi menjadi tiga kelompok, yakni media massa, pihak berpengaruh (influencer), dan pemilih yang menjadi target akhir. Dengan adanya segmentasi pasar ini, dibutuhkan strategi pendekatan khusus untuk menyampaikan “produk politik” kepada setiap kelompok tersebut. Nursal mengklasifikasikan pendekatan tersebut ke

dalam tiga jenis, yaitu push, pull, dan pass marketing. Ketiga strategi ini memberikan kemudahan bagi kandidat atau partai dalam menjangkau dan mempengaruhi ketiga kelompok pasar sasaran tersebut (Natsir, 2023).

a. Strategi push marketing

Pemasaran politik yang disebut push marketing dilakukan secara langsung kepada calon pemilih. Produk politik yang dipasarkan dapat mencakup figur kandidat yang bersaing dalam pemilihan umum serta citra diri yang melekat padanya. Strategi ini fokus pada penyampaian isu-isu yang dianggap relevan dan signifikan bagi masyarakat pemilih, bukan semata-mata pada upaya mempromosikan kandidat atau partai politik sebagai sebuah entitas (Kurniawan, 2022).

Pelaksanaan strategi push marketing terlihat jelas dalam kampanye Hj. Jamila, S.Pd., SD, yang secara aktif hadir dalam berbagai kegiatan masyarakat dan membangun komunikasi dua arah dengan pemilih. Pendekatan ini memungkinkan calon untuk menyampaikan visi dan program politik sekaligus mendengarkan aspirasi masyarakat secara langsung. Sebagaimana disampaikan oleh Opan Sadiman, S.AP, bahwa: “Dialog langsung dengan warga, kunjungan lingkungan, forum diskusi, dan pertemuan komunitas menjadi cara penting agar masyarakat merasa didengar dan mengenal calon secara langsung.” (Wawancara dengan Bapak Opan Sadiman, S.AP informan dari internal partai PDI Perjuangan yang mewakili Hj. Jamila).

Selain itu, strategi push marketing juga dilakukan melalui distribusi materi kampanye secara langsung oleh relawan dan simpatisan dari rumah ke rumah, yang dinilai lebih efektif dalam menjangkau pemilih di wilayah dengan keterbatasan akses informasi.

Strategi serupa juga diterapkan oleh Sri Wahyuni, S.AP selaku anggota DPRD Kabupaten Sumbawa terpilih, yang menekankan pentingnya turun langsung ke lapangan selama masa kampanye. Ia menyatakan bahwa: “Saya lebih banyak turun langsung ke masyarakat, bertemu dari rumah ke rumah, karena masyarakat Sumbawa itu lebih percaya kalau kita datang dan berbicara langsung.” (Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni, S.AP, 13 November 2025).

Gambar 1 Interaksi Ibu Sri Wahyuni Saat Turun Langsung ke Masyarakat.



Gambar 1 Interaksi Ibu Sri Wahyuni Saat Turun Langsung ke Masyarakat.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi push marketing tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan politik, tetapi juga sebagai proses membangun hubungan personal yang berkelanjutan antara calon dan pemilih. Keberhasilan strategi ini diperkuat oleh dukungan relawan, tim kampanye, serta struktur partai politik, meskipun tetap menghadapi tantangan berupa keterbatasan waktu, dan kondisi geografis wilayah.

b. Pass Marketing

Strategi Pass marketing mengirimkan pesan melalui individu, kelompok, dan organisasi yang memiliki pengaruh. Metode lobi dan pendekatan harus disesuaikan dengan karakteristik individu, kelompok, dan organisasi yang telah ditargetkan. Pendekatan ini berlandaskan pada asumsi bahwa kepercayaan masyarakat terhadap tokoh atau lembaga tertentu dapat dimanfaatkan untuk memperkuat citra dan legitimasi kandidat atau partai politik (Dinata, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterpilihan anggota DPRD perempuan di Kabupaten Sumbawa sangat dipengaruhi oleh strategi pass marketing, yaitu pemanfaatan pihak ketiga yang memiliki pengaruh sosial untuk membangun legitimasi calon di mata pemilih. Tokoh masyarakat, tokoh agama, relawan, komunitas lokal, serta elite partai berperan sebagai perantara yang menyampaikan pesan politik kandidat sehingga lebih mudah diterima masyarakat. Sri Wahyuni, S.AP menegaskan bahwa: “Tokoh masyarakat dan tokoh agama sangat membantu, karena kalau mereka sudah menyampaikan ke masyarakat, biasanya masyarakat lebih yakin dan percaya.” (Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni, S.AP, 13 November 2025).

Temuan ini menunjukkan bahwa rekomendasi figur yang dipercaya masyarakat sering kali lebih menentukan daripada kampanye visual, seperti baliho atau pamflet, karena membangun legitimasi sosial dan kepercayaan publik secara bertahap. Strategi pass marketing juga terlihat pada perjalanan politik Hj. Jamila, S.Pd., SD, yang didukung oleh tokoh masyarakat, relawan, dan komunitas lokal. Opan Sadiman, S.AP menyampaikan bahwa: “Tokoh masyarakat, relawan, dan komunitas lokal menjadi kekuatan utama Ibu Jamila dalam memperoleh dukungan masyarakat.” (Wawancara dengan Bapak Opan Sadiman, S.AP informan dari internal partai PDI Perjuangan yang mewakili Hj. Jamila). Selain itu, dukungan formal dari elite partai memperkuat posisi calon perempuan, misalnya melalui pengenalan kepada masyarakat lewat jaringan struktural partai. Makasau, E.Sos menegaskan: “Partai pasti membantu memperkenalkan calon ke masyarakat melalui kader dan struktur yang ada, supaya masyarakat tahu dan percaya.” (Wawancara dengan Bapak Makasau, E.Sos, 2025).

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa strategi pass marketing melibatkan kombinasi jaringan sosial luas dan dukungan institusional untuk memperkuat legitimasi politik calon perempuan. Strategi pass marketing memungkinkan calon legislatif perempuan memperluas jangkauan pengaruh dan membangun kepercayaan publik melalui interaksi tidak langsung dengan masyarakat.

c. Pull Marketing

Pull Marketing merupakan salah satu strategi yang sering diterapkan oleh partai politik maupun kandidat dalam kegiatan kampanye. Penyebaran pesan dalam strategi ini dilakukan melalui berbagai saluran media massa, seperti media elektronik, media cetak, media luar ruang, media bergerak (*mobile*), serta media digital atau internet. Kelebihan utama dari strategi ini adalah kemampuannya dalam menyebarkan pesan politik secara masif kepada khalayak luas (Nurhidayat, 2023).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pull marketing diterapkan untuk menarik perhatian pemilih melalui media massa, media lokal, dan media sosial, dengan tujuan membangun citra politik dan memperluas jangkauan pesan kampanye. Sri Wahyuni, S.AP menegaskan peran media sosial dalam kampanyenya: “Media sosial sangat membantu saya memperkenalkan diri dan program, apalagi untuk menjangkau masyarakat yang tidak bisa saya datangi langsung.” (Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni, S.AP, 13 November 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa media menjadi sarana penting untuk menjembatani keterbatasan jarak dan waktu, terutama di wilayah yang luas dan sulit dijangkau secara tatap muka, sehingga calon tetap terlihat aktif dan hadir di mata masyarakat.

Selain media sosial, media lokal dan media visual seperti poster serta baliho juga digunakan untuk membangun citra politik yang positif. Hj. Jamila, S.Pd., SD memanfaatkan media ini untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat yang belum sempat ditemui langsung. Opan Sadiman, S.AP menjelaskan: “Media lokal dan media digital ikut membantu memperkenalkan Ibu Jamila kepada masyarakat, terutama bagi warga yang belum pernah bertemu langsung.” (Wawancara dengan Bapak Opan Sadiman, S.AP informan dari internal partai PDI Perjuangan yang mewakili Hj. Jamila). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media berfungsi sebagai pelengkap strategi push dan pass marketing, memperkuat pesan politik yang telah disampaikan secara langsung maupun melalui tokoh berpengaruh, serta menjaga kehadiran politik calon perempuan di ruang publik.

Elite partai juga memandang media sebagai instrumen strategis untuk meningkatkan visibilitas calon legislatif perempuan. Makasau, E.Sos menekankan: “Media sangat membantu untuk mengenalkan calon ke masyarakat luas, apalagi kalau wilayahnya jauh dan tidak semua bisa didatangi.” (Wawancara dengan Bapak Makasau, E.Sos, 2025). Namun demikian, strategi pull marketing memiliki keterbatasan jika tidak diimbangi interaksi langsung dan dukungan tokoh terpercaya. Media hanya memperluas jangkauan informasi, sementara kepercayaan masyarakat tetap dibangun melalui hubungan personal dan legitimasi sosial. Dengan demikian, pull marketing efektif sebagai bagian dari kombinasi strategi kampanye komprehensif bersama push dan pass marketing untuk mendukung keterpilihan calon legislatif perempuan di Kabupaten Sumbawa.

2. Penggunaan modalitas dalam memenangkan pemilihan legislatif

Modalitas dalam kontestasi politik tergambar melalui berbagai basis kekuatan yang menjadi keunggulan strategis bagi para calon yang bersaing dalam kontestasi elektoral. Setiap kandidat politik dituntut untuk memiliki dan mengelola berbagai bentuk modalitas

tersebut karena menjadi prasyarat penting dalam memenangkan pertarungan politik (Miranti, 2023). Konsep modal Bourdieu mencakup banyak hal bukan hanya ekonomi, tapi segala bentuk sumber daya baik material maupun simbolik yang dianggap bernilai dan langka dalam suatu konteks sosial tertentu. Dengan demikian, modal menjadi sesuatu yang layak diperjuangkan oleh individu atau kelompok karena dapat memberikan posisi dan kekuasaan dalam suatu ranah (Kurniawan, 2022). Terdapat tiga modalitas politik yang perlu dimiliki oleh seorang kandidat yang akan berkompetisi dalam hal politik. Modal sosial, ekonomi, dan politik adalah ketiga modalitas tersebut (Mbolang, 2020).

a. Modal Politik

Strategi marketing politik dalam pemilihan legislatif adalah strategi yang digunakan dalam kegiatan kampanye politik untuk memengaruhi pilihan pemilih (Dinata, 2022). Strategi politik, juga disebut sebagai pemasaran politik atau marketing politik, adalah sekumpulan metode yang digunakan untuk membantu kontestan politik dalam mempromosikan dan memasarkan ide, gagasan, ideologi, dan karakteristik politik pemimpin partai, serta program kerja, visi, dan tujuan partai kepada masyarakat (Maharani, 2022). Dalam dunia politik, aktor atau politisi menggunakan strategi sebagai cara untuk mendekati dan mempengaruhi pemilih (Widodo, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal politik merupakan faktor penting dalam keberhasilan calon legislatif perempuan di Kabupaten Sumbawa. Modal politik ini mencakup pengalaman politik, keterlibatan organisasi, rekam jejak dalam partai, serta tingkat kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat dan partai. Hj. Jamila membangun modal politik melalui pengalaman legislatif dan peran aktif dalam partai, termasuk keterlibatan dalam isu strategis seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan UMKM, dan perlindungan sosial. Menurut informan internal partai: “Hj. Jamila memiliki pengalaman politik yang cukup, dan interaksi langsung dengan masyarakat membuatnya dikenal dan dipercaya. Partai menilai rekam jejaknya sebagai dasar legitimasi untuk diusung sebagai calon legislatif. (Wawancara dengan Bapak Opan Sadiman, S.AP informan dari internal partai PDI Perjuangan yang mewakili Hj. Jamila).

Selain pengalaman legislatif, modal politik juga dibangun melalui keterlibatan organisasi masyarakat. Sri Wahyuni, S.AP, misalnya, menekankan pentingnya pengalaman di LSM Getar Bumi Sumbawa, di mana ia belajar tentang pemberdayaan masyarakat dan perlindungan lingkungan. Ia menjelaskan: “Pengalaman di partai dan organisasi membuat saya lebih siap, dan masyarakat juga menilai bahwa saya memang serius di dunia politik.” (Wawancara melalui WhatsApp dengan Ibu Sri Wahyuni, S.AP, 13 November 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa modal politik dibangun secara berkelanjutan melalui kombinasi pengalaman pribadi, partisipasi organisasi, dan keterlibatan politik yang konsisten, yang meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kandidat perempuan.

Dukungan struktural partai juga menjadi faktor penentu keberhasilan. Elite partai menilai bahwa calon perempuan yang memiliki pengalaman politik dan kedekatan dengan masyarakat lebih mudah diterima oleh pemilih. Taufik Urrahman, SE., M.P menegaskan: “Kalau perempuan itu aktif, punya rekam jejak, dan dikenal masyarakat, partai tentu lebih

yakin memberikan dukungan.” (Wawancara dengan Bapak Taufik Urrahman, SE., M.P, 2025). Dengan demikian, modal politik bagi perempuan tidak muncul secara instan, melainkan melalui kombinasi pengalaman legislatif, rekam jejak organisasi, dukungan partai, dan legitimasi sosial, yang menjadi fondasi utama dalam memenangkan kepercayaan pemilih dan keberhasilan dalam kontestasi politik lokal.

b. Modal Ekonomi

Dalam konteks persaingan politik, baik pada pemilihan legislatif maupun pemilihan kepala daerah, modal ekonomi memegang peranan krusial sebagai pendorong sekaligus pelicin jalannya mekanisme politik. Pada masa kampanye, misalnya, dibutuhkan biaya yang signifikan untuk memenuhi berbagai kebutuhan logistik, seperti pencetakan spanduk, pembiayaan iklan, jasa konsultan politik, serta kebutuhan lainnya. Selain itu, modal ekonomi sering kali menjadi syarat utama bagi calon yang tidak berasal dari partai politik yang mencalonkan dirinya (Mbolang, 2020)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal ekonomi menjadi komponen penting dalam mendukung pencalonan dan kampanye politik calon legislatif perempuan di Kabupaten Sumbawa. Modal ekonomi ini mencakup dana pribadi, dukungan partai, serta bantuan dari simpatisan dan masyarakat untuk membiayai logistik, materi kampanye, dan mobilisasi relawan. Ibu Hj. Jamila memanfaatkan modal ekonomi secara strategis, tidak hanya mengandalkan dana pribadi, tetapi juga dukungan partai dan perencanaan anggaran yang terstruktur. Opan Sadiman, S.AP menegaskan: “Dalam kampanye, calon perlu menyusun anggaran yang jelas dan transparan. Dana dialokasikan untuk logistik, materi kampanye, pelatihan relawan, dan kegiatan tatap muka, serta memastikan semua penggunaan dana sesuai dengan regulasi pemilu.” (Wawancara dengan Bapak Opan Sadiman, S.AP).

Selain itu, pengelolaan modal ekonomi juga ditunjang oleh kemampuan calon dalam menentukan prioritas penggunaan dana agar berdampak langsung kepada masyarakat. Sri Wahyuni, S.AP menyatakan: “Dana kampanye saya atur seefisien mungkin, lebih fokus ke kegiatan yang langsung menyentuh masyarakat, karena dana juga terbatas.” (Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni, S.AP, 13 November 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas kampanye tidak ditentukan hanya oleh besarnya dana, tetapi oleh strategi pengelolaan yang bijaksana dan pemanfaatan modal sosial dan politik untuk memperluas jangkauan pengaruh kampanye.

Dukungan struktural dari partai juga menjadi penunjang modal ekonomi. Partai menyediakan bantuan logistik, materi kampanye, dan pelatihan manajemen kampanye, meskipun besaran dana terbatas sesuai kapasitas partai. Makasau, E.Sos menekankan: “Tidak semua calon punya dana besar, jadi yang penting itu bagaimana mengatur strategi supaya tetap bisa dikenal masyarakat.” (Wawancara dengan Bapak Makasau, E.Sos, 2025). Dengan demikian, modal ekonomi berfungsi sebagai penunjang strategis dalam kampanye, sedangkan keberhasilan calon legislatif perempuan lebih ditentukan oleh kemampuan mereka mengelola sumber daya secara efisien, memaksimalkan interaksi langsung, dan memanfaatkan jaringan sosial serta modal politik untuk membangun kepercayaan pemilih.

c. Modal Sosial

Modal sosial adalah modal yang melekat pada individu kandidat itu sendiri. Modal ini dapat diamati melalui latar belakang sosial yang mencakup tingkat pendidikan, riwayat pekerjaan, dan posisi atau ketokohan dalam masyarakat misalnya sebagai tokoh agama, tokoh adat, anggota organisasi kepemudaan, atau profesional di bidang tertentu, Unsur-unsur tersebut menjadi landasan penting dalam membangun jaringan relasi dan menumbuhkan kepercayaan publik, karena kekuasaan politik pada dasarnya juga diperoleh melalui kepercayaan masyarakat (HAS, 2023).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan calon legislatif perempuan di Kabupaten Sumbawa. Modal sosial mencakup jaringan hubungan, kepercayaan, kedekatan emosional, serta kemampuan menjaga relasi dengan masyarakat melalui interaksi sosial yang berkelanjutan. Ibu Hj. Jamila membangun modal sosial melalui keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial, forum komunitas, serta interaksi langsung dengan tokoh lokal dan warga. Opan Sadiman, S.AP menyatakan: “Dialog langsung dengan warga, kunjungan lingkungan, forum diskusi, dan pertemuan komunitas menjadi cara penting agar masyarakat merasa didengar. Dari situ, kepercayaan biasanya terbentuk secara bertahap.” (Wawancara dengan Bapak Opan Sadiman, S.AP). Temuan ini menegaskan bahwa modal sosial terbentuk sebelum dan selama kampanye, sehingga menciptakan hubungan personal dan kepercayaan yang berkelanjutan.

Modal sosial juga diperkuat oleh peran partai dan struktur organisasi sosial yang memfasilitasi akses caleg perempuan ke masyarakat. Sri Wahyuni, S.AP menekankan pentingnya menjaga hubungan dengan masyarakat, termasuk melalui kehadiran dalam kegiatan tahlilan dan pemakaman, sehingga kepercayaan masyarakat tetap terjaga pasca pemilu. Ia menyampaikan: “Saya berusaha tetap dekat dengan masyarakat, hadir di kegiatan mereka, supaya hubungan itu tidak terputus setelah pemilu.” (Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni, S.AP, 13 November 2025). Pernyataan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan interaksi menjadi dasar modal sosial, yang menjadi jembatan utama antara calon legislatif perempuan dan pemilih, serta mengatasi tantangan gender dalam politik lokal.

Selain itu, pemilih dan elite partai menilai bahwa kedekatan sosial menjadi indikator utama penerimaan masyarakat terhadap calon perempuan. Taufik Urrahman, SE., M.P menegaskan: “Perempuan yang dekat dengan masyarakat dan punya jaringan sosial biasanya lebih mudah diterima oleh pemilih.” (Wawancara dengan Bapak Taufik Urrahman, SE., M.P, 2025). Seorang pemilih juga menambahkan: “Kalau caleg perempuan itu kelihatan peduli sama masalah masyarakat kecil, terutama ibu-ibu, dan sering hadir langsung di acara warga, saya lebih yakin untuk memilihnya.” (Wawancara dengan Muhammad Saleh, Pemilih Dapil 4). Dengan demikian, modal sosial berfungsi sebagai fondasi kepercayaan dan dukungan politik, sekaligus menjadi strategi penting untuk membangun legitimasi sosial bagi caleg perempuan di masyarakat setempat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa keterpilihan anggota DPRD perempuan di Kabupaten Sumbawa pada Pemilu Legislatif dipengaruhi terutama oleh efektivitas strategi push marketing dan kuatnya modal sosial yang dimiliki calon legislatif perempuan. Strategi push marketing terbukti menjadi pendekatan paling dominan karena memungkinkan calon membangun hubungan langsung, personal, dan berkelanjutan dengan masyarakat melalui kunjungan lingkungan, dialog tatap muka, serta kehadiran aktif dalam kegiatan sosial dan keagamaan. Pendekatan ini secara signifikan meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan legitimasi politik di mata pemilih.

Selain itu, modal sosial menjadi faktor penentu utama dalam kemenangan caleg perempuan, ditandai oleh kuatnya jaringan sosial, dukungan tokoh masyarakat dan agama, serta tingginya tingkat kepercayaan publik yang terbangun dari interaksi jangka panjang. Modal sosial tidak hanya memperkuat efektivitas push marketing, tetapi juga mampu mengompensasi keterbatasan modal ekonomi dan menghadapi tantangan budaya patriarki dalam politik lokal. Oleh karena itu, keberhasilan perempuan dalam memenangkan Pemilu Legislatif di Kabupaten Sumbawa menunjukkan bahwa kemenangan politik perempuan lebih banyak ditentukan oleh kemampuan dalam membangun kedekatan sosial dan kepercayaan masyarakat melalui penerapan strategi *push marketing* yang konsisten serta pengelolaan modal sosial yang kuat dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Aly. (2024). *45 Anggota DPRD Kabupaten Sumbawa Periode 2024 – 2029 Dilantik*. Kabar Sumbawa. <https://kabarsumbawa.com/2024/08/26/45-anggota-dprd-kabupaten-sumbawa-periode-2024-2029-dilantik/>
- Dinata, ratu ardita. (2022). *strategi kampanye politik partai keadilan sejahtera dalam pemilihan umum tahun 2019 di kota depok* [universitas Muhhamadiya jakarta (UMY)]. [https://repository.umj.ac.id/9347/10/10.BAB 2.pdf](https://repository.umj.ac.id/9347/10/10.BAB%202.pdf)
- Gishca, S. (2020). *Pemilihan Umum sebagai Wujud Demokrasi Pancasila*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/09/04/133046169/pemilihan-umum-sebagai-wujud-demokrasi-pancasila>
- Hartini, S. (2024). *Analisis keterwakilan substantif perempuan dalam perlemen studi kasus DPRD kabupaten sumbawa tahun 2019-2024* (Vol. 15, Issue 1).
- HAS, Y. (2023). *MODALITAS INDAH PUTRI INDRIANI DALAM PILKADA LUWU UTARA TAHUN 2020* [UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR]. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jhl/article/view/10203/pdf>
- Hastuti, D. W. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keterpilihan Perempuan Dalam Pemilu 2019 Di Kabupaten Bantul*. [Universitas Muhammadiyah Yogyakarta]. <https://repository.umy.ac.id/handle/123456789/32840>
- Kabar Sumbawa. (2024). *45 Calon Terpilih Anggota DPRD Kabupaten Sumbawa Periode 2024 – 2029*. <https://kabarsumbawa.com/2024/05/02/45-calon-terpilih-anggota-dprd-kabupaten-sumbawa-periode-2024-2029/>
- Komisi Pemilihan Umum. (2024). *kilas pemilu tahun 2024*. <https://www.kpu.go.id/page/read/1136/kilas-pemilu-tahun-2024>
- Kurniawan. (2022). *Strategi Politik Kemenangan Sitti Sutinah Suhardi Dalam Pilkada Kabupaten Mamuju 2020*. Universitas Hasanudin.
- Maharani, F. I. (2022). *Strategi Politik Partai Kebangkitan Bangsa Di Kabupaten Rembang Dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2020* [IAIN KUDUS]. <http://repository.iainkudus.ac.id/8442/>
- Mbolang, A. (2020). *Modalitas Sosial Politik: Studi Kasus Kemenangan Ferdinandus Mazmur (FM) pada Pemilu Legislatif di Dapil V Kecamatan Kota Komba, Kabupaten Manggarai Timur Tahun 2019* [Universitas Lampung]. [https://www.bing.com/search?pglt=41&q=MODALITAS SOSIAL POLITIK%3A+Studi +Kasus+Kemenangan+Ferdinandus+Mazmur+\(FM\)+pada+Pemilu+Legislatif+di+Dapil +V+Kecamatan+Kota+Komba%2C+Kabupaten+Manggarai+Timur+Tahun+2019&cvid =8e53b385bec8407f8d38b8dc718a9ba3&gs_lcrp=EgR](https://www.bing.com/search?pglt=41&q=MODALITAS%20SOSIAL%20POLITIK%3A+Studi+Kasus+Kemenangan+Ferdinandus+Mazmur+(FM)+pada+Pemilu+Legislatif+di+Dapil+V+Kecamatan+Kota+Komba%2C+Kabupaten+Manggarai+Timur+Tahun+2019&cvid=8e53b385bec8407f8d38b8dc718a9ba3&gs_lcrp=EgR)
- Miranti, M. (2023). *Modalitas Jariah, S.Pd dalam Memenangkan Pemilihan Kepala Desa Serentak Tahun 2022 (Studi: Desa Danau, Kecamatan Nalo Tantan, Kabupaten Merangin)*. *Jurnal Politik Dan Pemerintahan Daerah*, 5 (2). <https://jppd.org/index.php/jppd/article/view/125>
- Natsir, A. R. A. I. (2023). *STRATEGI PEMASARAN POLITIK PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA TANGERANG SELATAN DALAM PEMILIHAN UMUM 2019*. *Jurnal Politik, Keamanan Dan Hubungan Internasional*, 2 No. 2.

- <https://jurnal.unpad.ac.id/aliansi/article/viewFile/49748/21137>
- Nurhidayat, I. (2023). MARKETING POLITIK DALAM PEMILIHAN UMUM DI INDONESIA. *Journal Education and Government Wiyata*, 1 (1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.71128/e-gov.v1i1.6>
- Rahayu, S., Nasution, A., & Saleh, A. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keterpilihan Perempuan di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Medan pada Pemilu 2019. *Perspektif*, 10(2), 424–440. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4603>
- Risdayanti. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keterpilihan Caleg Perempuan di Kabupaten Batanghari Tahun 2019* [Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)]. <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/2243/>
- Sapa, I. H. (2020). *MODALITAS POLITIK (Studi terhadap Kemenangan Syukur Bijak Di Pilkada Serentak Di Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu 2018)* [UIN alaaddin makassar]. <https://repository.uin-alauddin.ac.id/27409/1/IBNU> HADI SAPA_30600114147.pdf
- Sukardiman, T. (2024). *Pengantar Metode Riset: Teori, Praktik dalam Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (1st ed.). Media Sains Indonesia.
- Thiana, E. (2024). *Perempuan dalam keanggotaan legislatif (dprd) kabupaten sumbawa barat periode 2019-2024* (Vol. 15, Issue 1).
- Uzma, H. N. (2024). *Keterwakilan Perempuan di DPR Cetak Rekor, Puan: Mari Jadi Srikandi Rakyat*.
- Widodo, T. Z. (2022). *Strategi Politik Kemenangan H. Djohan Sjamsu Dan Dani Carter Ridawan Pebrianto, S.T., M.Eng (Joda Akbar) Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kepala Daerah Kabupaten Lombok Utara Tahun 2020*. [universitas Muhammadiyah Mataram (UMMAT)]. [https://repository.ummat.ac.id/5646/1/COVER - BAB III.pdf](https://repository.ummat.ac.id/5646/1/COVER-BAB-III.pdf)
- Yano, F. (2025). MODAL SOSIO-POLITIK KEMENANGAN CALEG PEREMPUAN PADA PEMILU 2024 (Studi Kasus atas Terpilihnya Maria Roswita Mea Laki di Dapil III Nagekeo). *SCRIBD*, 3 (1). <https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/e-gov/article/view/213/158>