

## STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PEREMPUAN DALAM PEMILU 2024: STUDI KAMPANYE ELFENNI ERDIANTA BANGUN DI RIAU

Catherine Patricia Samosir<sup>1</sup>, Welly Wirman<sup>2</sup> Belli Nasution<sup>3</sup>

Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email: catherine.patricia8008@grad.unri.ac.id

### ABSTRAK

Elfenni Erdianta Bangun mencalonkan diri sebagai anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD RI) dari Daerah Pemilihan Provinsi Riau pada Pemilihan Umum 2024. Meskipun memperoleh 64.695 suara dan berada pada peringkat ke-18 dari 29 calon, tidak satu pun calon DPD RI non-Muslim di daerah pemilihan tersebut berhasil terpilih, yang menunjukkan masih terbatasnya inklusivitas representasi politik di tingkat regional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Elfenni Erdianta Bangun serta tantangan yang dihadapi dalam konteks kontestasi elektoral yang ditandai oleh preferensi identitas dan segmentasi pemilih. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengkaji bagaimana pesan politik dirumuskan, disampaikan, dan dimaknai oleh konstituen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidaksinkronan antara pesan politik yang dirancang dan interpretasi konstituen menjadi kendala utama, yang berdampak pada rendahnya efektivitas penyampaian visi dan misi. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan komunikasi politik tidak hanya ditentukan oleh intensitas kampanye, tetapi juga oleh kemampuan aktor politik dalam menyesuaikan pesan dengan konteks sosial, kultural, dan identitas pemilih.

**Kata kunci:** Komunikasi politik; strategi komunikasi; keterwakilan politik; identitas minoritas; Pemilu 2024

### ABSTRACT

*Elfenni Erdianta Bangun is running for a seat in the Regional Representative Council of the Republic of Indonesia (DPD RI) from the Riau Provincial Constituency in the 2024 General Election. Despite obtaining 64,695 votes and ranking 18th out of 29 candidates, no non-Muslim DPD RI candidate in the constituency was elected, underscoring the limited inclusiveness of political representation at the regional level. This study aims to analyze the political communication strategies implemented by Elfenni Erdianta Bangun as well as the challenges faced in the context of electoral contestation characterized by identity preferences and voter segmentation. Using a qualitative approach, this study examines how political messages are formulated, conveyed, and interpreted by constituents. The results of the study show that the misalignment between the designed political message and constituents' interpretations is a major obstacle, affecting the low effectiveness of delivering the vision and mission. These findings indicate that the success of political communication is determined not only by the intensity of the campaign but also by political actors' ability to tailor messages to voters' social, cultural, and identity contexts.*

**Keywords:** *political communication; communication strategies; political representation; minority identity; 2024 Election*

### Pendahuluan

Elfenni Erdianta Bangun maju pada kontestasi pemilihan umum 2024 sebagai calon legislatif Dewan Perwakilan Daerah Daerah Pemilihan Provinsi Riau. Dikutip dari hasil perhitungan KPU, pada pencalonannya Elfenni Erdianta Bangun memperoleh suara sebanyak 64.695, menduduki peringkat ke-18 perolehan suara terbanyak dari 29 calon DPD RI dapil Provinsi Riau. Pemilu 2024 adalah kali pertama Elfenni Erdianta Bangun terjun ke dunia politik

dan menjadi satu-satunya calon yang tidak memiliki pengalaman maupun latar belakang politik. Dilansir dari cakaplah.com, terdapat empat calon DPD RI dapil Provinsi Riau periode 2024-2029 terpilih yakni, Arif Eka Saputra dengan total 271.518 suara, diikuti oleh KH Muhammad Mursyid dengan perolehan suara sebanyak 262.889, Sewitri dengan perolehan 219.168 suara, dan H Abdul Hamid yang meraih 189.171 suara. (Yonela, n.d.)

Berdasarkan data dari Kementerian Agama Republik Indonesia untuk tahun 2022, jumlah penduduk non-Muslim di Provinsi Riau adalah sekitar 873,084 orang, yang terdiri dari, Kristen Protestan: 659,689, Katolik: 72,507, Hindu: 764, Buddha: 136,869, Khonghucu: 2,177, dan Aliran Kepercayaan: 1,078. Total populasi di Riau pada tahun tersebut adalah 6,743,099 orang, dengan mayoritas beragama Islam. (*Kementerian Agama Republik Indonesia*, 2022)

Pada periode pemilu 2024, terdapat 6 caleg non-muslim yang terdaftar dan tidak satu pun calon legislatif DPD RI Dapil Provinsi Riau terpilih, sehingga keterwakilan di DPD RI Dapil Provinsi Riau bisa dikatakan tidak inklusif. Dalam (Nasution, 2013) dijelaskan bahwa di Indonesia, kelompok-kelompok minoritas memiliki kesadaran politik yang cukup tinggi. Minoritas di Indonesia bagaimanapun juga telah turut mewujudkan Indonesia yang sangat demokratis, dengan tingkat partisipasi politik warga di atas tingkat partisipasi warga Amerika Serikat. Akan tetapi, sebenarnya partisipasi politik minoritas di Indonesia menghadapi persoalan besar. Diskriminasi, isu non-Muslim, isu aliran sesat dan isu non pribumi senantiasa mewarnai ritual demokrasi di Indonesia. Dalam hal ini, minoritas adalah mereka yang jumlahnya kurang dari 50% jumlah penduduk di wilayah domisilinya. Status minoritas pada umumnya diberikan kepada kelompok kecil masyarakat, yang memiliki perbedaan mencolok jika dibandingkan dengan kelompok-kelompok yang lebih besar. Perbedaan tersebut dapat berupa identitas ras, suku, budaya, bahasa, agama, pandangan politik dan bahkan orientasi seksual.

Pada umumnya, minoritas mengalami kesulitan untuk dapat diterima oleh kelompok mayoritas dan bahkan oleh pemerintah dimana mereka berdomisili. Hak minoritas untuk berpartisipasi dan terwakili dalam proses politik merupakan hak yang sangat dilindungi oleh hukum internasional. Minoritas memiliki hak untuk memilih dan dipilih, hak untuk berserikat dan menentukan pendapat, serta hak untuk benar-benar terwakili dalam organisasi negara. (Nasution, 2013) Sebelumnya, tercatat politisi perempuan non-muslim yang pernah menduduki jabatan Anggota DPD RI Dapil Riau Periode 2014-2019, yaitu Rosti Uli Purba. Dikutip dari dpd.go.id, Rosti Uli Purba meraih 197.562 suara pada Pemilu 2014. (Anggota DPD RI Dari Provinsi Riau Periode 2014-2019 Rosti Uli Purba Wafat, 2021) Dari jumlah keseluruhan calon Dewan Perwakilan Daerah Dapil Provinsi Riau pada Pemilu 2024, terdapat 6 calon legislatif perempuan, salah satunya adalah Elfenni Erdianta Bangun yang merupakan calon legislatif perempuan dari kelompok minoritas/non-Muslim.

Majunya Elfenni Erdianta Bangun dalam Pemilu 2024 tidak lepas dari dukungan secara hierarki dari Gereja Katolik di Pekanbaru yang diharapkan bisa menjadi perwakilan untuk menampung aspirasi masyarakat dari kelompok minoritas. Salah satu misinya adalah memastikan umat beragama dapat beribadah dan mendirikan rumah ibadah sesuai dengan peraturan dan undang-undang yang berlaku. Dari komunitas Katolik juga terdapat caleg DPD RI Dapil Provinsi Riau yakni, Benson Sinaga. Dikutip dari satukata.kemenag.go.id,

penduduk beragama Katolik di Provinsi Riau tercatat sebanyak 74.480 jiwa. (*Kementerian Agama Republik Indonesia, 2022*),

Dalam (Yohanes, 2012), Konferensi Waligereja Indonesia (KWI) mengajak umat Katolik bertekad mendukung segala upaya membangun pemerintahan yang semakin bersih dan berwibawa, meneguhkan badan perwakilan rakyat yang lebih tanggap, berdaulat, dan menjaga demokrasi Pancasila yang berkemanusiaan, serta memantapkan badan yudikatif yang lebih mampu menegakkan hukum secara menyeluruh. Usaha politik dapat dikerjakan oleh orang Katolik yang berkedudukan baik sebagai wakil organisasi Katolik maupun golongan lain yang tidak memakai nama Katolik. Ajakan ini secara tegas juga mendesak umat Katolik terjun dalam dunia politik praktis. Namun, umat Katolik hendaknya menyadari bahwa mereka bicara dan bertindak atas nama instansi mereka dan tidak atas nama umat Katolik atau Gereja Katolik.

Dalam konteks Pemilu 2024, perempuan dan anak-anak memiliki peran penting sebagai pemilih pemula. Dari total 203 juta pemilih Pemilu pada 2024, sekitar 101 juta di antaranya adalah pemilih perempuan. Oleh karena itu, partisipasi perempuan dan anak dalam politik dianggap sangat krusial. Dalam Dewan Perwakilan Daerah (DPD), keterwakilan perempuan bahkan melebihi afirmasi sebesar 30,4%. Namun, di tingkat DPRD Provinsi dan Kabupaten/Kota, keterwakilan perempuan masih di bawah 30%. (*Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2023*) Berdasarkan hasil Pemilu 2019, keterwakilan perempuan di Lembaga Legislatif Nasional (DPR-RI) berada pada angka 20,8% atau 120 anggota legislatif perempuan dari 575 anggota DPR RI. Persentase keterwakilan perempuan tersebut masih di bawah angka persyaratan 30% jumlah calon legislatif perempuan pada saat partai politik mendaftar menjadi peserta pemilu. Menurut Lestari Moerdijat, sangat kompleksnya tantangan yang dihadapi tersebut, membuat upaya melibatkan perempuan untuk berpartisipasi dalam proses politik membutuhkan dukungan dari banyak pihak dan strategi yang tepat. (DPR RI, 2023)

Keterwakilan perempuan dianggap penting untuk mewakili perspektif dan kepentingan perempuan dalam pembuatan keputusan politik serta mencapai kesetaraan gender yang lebih besar dalam masyarakat. Dikutip dari Cangara, dalam sejarah tokoh-tokoh dunia, sejumlah figur perempuan pernah dan sedang menduduki posisi penting dalam bidang politik dan pemerintahan. Sebut saja Indira Gandhi dari India, Benasir Butho dari Pakistan, Margareth Thatcher dari Inggris, Golda Meir dari Israel, Bandaranaike dari Srilanka, Aung San Suu Kyi dari Myanmar, Angela Merkel dari Jerman, Park Geun-hye dari Korea, Helle Thorning-Schmidt dari Denmark, Ellen Johnson Sirleaf dari Liberia, Johanna Sigurdardottir dari Islandia, Sheikh Hasina Mujibur Rahman dari Bangladesh, Julia Gillard dari Australia, Cristina Fernandez de Kirchner dari Kosta Rika, Hillary Clinton dari Amerika Serikat, Gloria Arroyo Macapagal dari Filipina, Yingluck Shinawatra dari Thailand, dan Megawati Soekarnoputri dari Indonesia, dan masih banyak lagi perempuan yang pernah menduduki jabatan politik. (Cangara, 2016)

Selanjutnya menurut Cangara, Indonesia sudah banyak mencetak nama-nama tokoh perempuan yang pernah menduduki jabatan menteri negara, tidak terkecuali mereka yang duduk pada posisi sebagai anggota parlemen dan jabatan gubernur dan bupati. Ada beberapa faktor yang mendorong munculnya partisipasi perempuan di bidang pemerintahan dan politik. Pertama, sistem politik Indonesia yang memberi peluang keterwakilan perempuan untuk duduk

di parlemen dengan menetapkan kuota 30% calon anggota legislatif. Kedua, sektor pendidikan formal yang memberi peluang kepada anak perempuan untuk lebih maju, di antara mereka yang berprestasi dengan predikat lulus cumlaude di kampus-kampus universitas bergengsi. Ketiga, kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang membuat para perempuan bisa berakses dengan informasi untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, serta jejaring sosial yang lebih luas. Data pengguna internet di Indonesia menunjukkan 51% adalah perempuan, melebihi jumlah laki-laki yang hanya 49%. (Cangara, 2016)

Kemajuan ilmu dan teknologi, terutama digitalisasi, telah memunculkan apa yang disebut internet. Kehadiran internet telah membawa suatu harapan baru dalam penegakan demokrasi, terutama di negara-negara yang dipandang kurang atau tidak bebas. Ia diharapkan memfasilitasi penyebaran informasi publik, serta politik di banyak negara. Hal ini termasuk menjadi jembatan untuk kelompok oposisi dan minoritas yang dimarginalkan untuk menyuarakan keinginan, serta hak-haknya, pada saat media massa konvensional banyak dikontrol dan dikuasai oleh penguasa. Karena itulah, internet menjadi media informasi yang vital dalam proses komunikasi politik. Internet digunakan sebagai media komunikasi politik terbaru dari dalam negeri, maupun luar negeri. Internet menjadi medan paling efektif untuk melakukan aktivitas penyampaian pesan-pesan politik dari atas ke bawah, atau sebaliknya. (Efriza & Indrawan, 2018) Fakta menunjukkan, inisiatif di situs media sosial misalnya Facebook, telah memiliki gaung tersendiri dalam memperkuat tekanan publik. Derasnya perbincangan di situs media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dll, menunjukkan munculnya ruang publik baru (*new public sphere*). Jika media massa seperti televisi, radio, koran, dan media cetak lainnya terbatas oleh kepentingan bisnis dan motif politik para pelakunya, maka media daring, terutama situs media sosial mendapatkan tempat terhormat sebagai saluran berbagi kesadaran bersama (*shared group consciousness*) yang masih bebas dari dominasi negara dan intervensi pasar. (Heryanto, 2011) Penggunaan media sosial yang tidak terlepas dari kehidupan masyarakat dewasa ini, bisa dikatakan menjadi salah satu saluran yang efektif dalam membentuk opini publik. Dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi ini, juga menjadi faktor penting dalam mendorong keterwakilan perempuan dalam politik.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif artinya data yang di kumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut, serta berusaha untuk menggambarkan atau melukiskan objek yang akan diteliti berdasarkan fakta di lapangan. (Moleong, 2018) Adapun dalam Sugiyono yang merujuk pada Steven dan Jennifer Turlow (2002), penelitian kualitatif berkenaan dengan data yang bukan angka, mengumpulkan dan menganalisis data yang bersifat naratif. Metode penelitian kualitatif terutama digunakan untuk memperoleh data yang kaya, informasi yang mendalam tentang isu atau masalah yang akan dipecahkan. Metode penelitian kualitatif menggunakan *focus group*, *interview* mendalam, dan observasi berperan serta, dalam mengumpulkan data. (Sugiyono, 2023)

Dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling* yang menurut (Sugiyono, 2023) merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan peneliti menganggap informan penelitian sebagai yang paling tahu apa yang diharapkan atau mungkin sebagai penguasa sehingga dapat memudahkan peneliti menjelajahi objek ataupun situasi sosial yang akan diteliti. Penentuan sampel dalam penelitian kualitatif dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung (*emergent sampling design*). Dalam S. Nasution (1988), penentuan unit sampel dianggap telah memadai apabila telah sampai pada taraf data jenuh, yang artinya dengan menggunakan responden selanjutnya tidak lagi diperoleh informasi baru yang berarti.

Penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi politik Elfenni Erdianta Bangun sebagai calon legislatif DPD RI Dapil Provinsi Riau pada Pemilu 2024. Peneliti berusaha mengungkap dan menjelaskan makna menyeluruh yang ada di balik strategi komunikasi politik yang dilakukan Elfenni Erdianta Bangun beserta tim kampanye dalam menarik suara pemilih pada Pemilu 2024 di Provinsi Riau dalam bentuk deskriptif melalui informasi yang diperoleh peneliti dari informan penelitian.

Penentuan sumber data (subjek) dalam penelitian kualitatif dilakukan secara purposif, yaitu dipilih berdasarkan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini yang ditentukan secara purposif adalah sebagai berikut: (a) aktor politik perempuan katolik yakni Elfenni Erdianta Bangun sebagai calon legislatif DPD RI Dapil Provinsi Riau pada Pemilu 2024, (b) Ketua tim kampanye Elfenni Erdianta Bangun, (c) Anggota tim kampanye Elfenni Erdianta Bangun. (d) Konstituen Elfenni Erdianta Bangun sebagai calon legislatif DPD RI Dapil Provinsi Riau pada Pemilu 2024, dan (e) *Swing Voters* Elfenni Erdianta Bangun pada Pemilu 2024.

## Hasil dan Pembahasan

Aktivitas Elfenni dalam organisasi dan komunitas Katolik menjadi modal awal yang signifikan dalam pencalonannya. Dukungan dari tokoh agama Katolik, seperti Romo Vikep, serta kolaborasi dengan ormas Katolik seperti *Wanita Katolik Republik Indonesia* (WKRI), Pemuda Katolik (PK), dan PMKRI, memberikan fondasi awal bagi kampanye Elfenni. Diskusi antarumat gereja dan keterlibatan kelompok muda Katolik dalam pengumpulan data pendaftaran menandakan adanya sinergi awal yang cukup kuat. Meskipun populasi umat Katolik di Provinsi Riau berjumlah 72.507 jiwa, jumlah ini belum cukup untuk memastikan kemenangan satu kursi DPD. Oleh karena itu, Elfenni berupaya memperluas dukungan dengan menjalin komunikasi dan kolaborasi dengan organisasi di luar komunitas Katolik, seperti *Ikatan Keluarga Batak Riau* (IKBR), *Aliansi Pengusaha Indonesia* (APINDO), dan *Aliansi Pemuda Indonesia* (API) di Riau. Aktivitasnya dalam APINDO turut membantu sosialisasi program dan pendanaan kampanye melalui kolega serta jaringan perusahaan.

Dalam (Arrianie, 2023), organisasi bisa menjadi ciri utama yang dapat dilihat sebagai saluran sekaligus media komunikasi politik. Hampir semua orang yang berminat masuk ke panggung kekuasaan politik umumnya memulai, menapaki pembelajaran politiknya lewat organisasi, baik direncanakan atau tidak direncanakan. Bakal calon (balon) dan kandidat yang berminat masuk ke panggung politik biasanya bisa mengarahkan kelompok kepentingan dalam jumlah yang sangat banyak untuk mengorganisasi dukungan terhadap kepentingannya.

Terutama untuk memberikan *support* atau dukungan, kelompok kepentingan bahkan bisa masuk melalui prosedur atau tanpa prosedur ke berbagai lini. Secara lebih luas, media komunikasi politik bisa dikelompokkan lagi, seperti lembaga-lembaga politik, partai politik, kelompok kepentingan, organisasi-organisasi pemerintah, serikat-serikat buruh, dan organisasi-organisasi politik massa.

Di Amerika, organisasi-organisasi sekolah, serikat pekerja yang secara struktural tidak termasuk dalam sistem politik yang ada, tetapi dalam saluran komunikasi politik, mereka masuk dalam saluran yang penting. Dibandingkan dengan negara berkembang, penggunaan organisasi digunakan secara politis sebagai saluran non-politis dianggap penting. Contohnya, organisasi buruh yang digunakan sebagai saluran komunikasi politik antara elite politik dengan pemerintah atau dengan partai-partai oposisi, termasuk dengan massanya sendiri. Di lain sisi, organisasi sebagai media komunikasi politik kadang dilihat sebagai organisasi saja, tapi juga bisa dilihat sebagai kelompok kepentingan. Misalnya, jika calon penguasa adalah tokoh partai politik tertentu ingin maju di suatu daerah, dia bisa meminta partai politik yang sama, tetapi tidak ada hierarki kedudukan menjadi kelompok kepentingan, entah sebagai organisasi yang menyiapkan tim yang berasal dari partai politik itu untuk membantu mulai dari proses, kegiatan kampanye sampai waktu pemilihan. (Arrianie, 2023)

Ormas-ormas Katolik menjadi kelompok kepentingan yang berharap akan ada calon legislatif yang mewakili komunitas Katolik di DPD RI. Namun pada realisasinya, Elfenni Erdianta Bangun harus menghadapi kompetisi internal dengan Benson Sinaga yang berasal dari komunitas dan segmen yang sama. Penggunaan ormas-ormas Katolik ini juga dinilai tidak maksimal, karena manajemen komunikasi tim kampanye yang dianggap buruk oleh konstituen dan *swing voter*. Kompetisi dengan kandidat non-muslim lainnya menjadi tantangan tambahan bagi Elfenni. Dengan suara yang terfragmentasi di antara kandidat dari segmen serupa, upaya Elfenni tidak mampu menggalang dukungan yang cukup, terlihat pada hasil akhir Pemilu 2024 Elfenni gagal mendapatkan satu kursi DPD RI dengan memperoleh sebanyak 64.695 suara dari hasil rekapitulasi data KPU.

Tabel 1. Daftar Caleg Perempuan DPD RI Dapil Riau pada Pemilu 2024

No.	Nama	Perolehan Suara
1	Sewitri	219.168
2	Hopea Ingvirnia E	171.632
3	Misharti	168.814
4	Mimi Lutmila	128.497
5	Lampita Pakpahan	83.393
6	Elfenni Erdianta	64.695

Sumber: KPU

Perolehan suara ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik melalui organisasi yang dijalankan Elfenni, baik melalui ormas Katolik maupun organisasi eksternal, belum maksimal dalam memobilisasi dukungan yang diperlukan. Penelitian ini menunjukkan pentingnya optimalisasi organisasi sebagai saluran politik dimana manajemen komunikasi kampanye yang solid dengan dukungan organisasi perlu dikelola lebih baik. Dengan

pendekatan yang inklusif di luar komunitas maupun ormas Katolik, juga dibutuhkan dibutuhkan tim kampanye yang profesional dan terstruktur untuk memastikan komunikasi yang jelas, efektif, dan merata ke seluruh lapisan pemilih.

Pada penelitian Citra Orwela pada tahun 2023 mengenai Komunikasi Politik Perempuan di Kediri menemukan bahwa kemampuan dalam membangun relasi dan komunikasi yang baik akan menentukan keputusan-keputusan yang menguntungkan untuk politisi perempuan. Adapun dalam penelitian Firdha Umari dan Sulih Indra Dewi pada tahun 2020 mengenai Strategi Komunikasi Politik Caleg Perempuan dalam Pileg 2019 di Kota Malang menemukan bahwa strategi komunikasi politik caleg perempuan di kota Malang yang bisa berjalan cukup efektif adalah *door to door* atau dari pintu ke pintu rumah konstituen. Komunikasi interpersonal terbukti masih menjadi komunikasi yang cukup efektif dibandingkan dengan komunikasi massa dan media sosial. Tim sukses dan konsultan politik mempunyai dampak yang besar dalam membangun komunikasi politik dan strategi politik caleg.

Dari hasil temuan pada penelitian ini, Elfenni juga menggunakan komunikasi interpersonal dalam strategi komunikasi politiknya. Elfenni juga melakukan komunikasi *door to door* ke konstituen seperti mengunjungi warga yang sakit, korban banjir, hingga acara pernikahan. Menurut Elfenni yang menjadi tantangan adalah menjangkau luasnya wilayah provinsi Riau yang mencakup 12 kabupaten/kota dengan waktunya yang terbagi dengan bekerja sebagai karyawan swasta, ia hanya dapat bertemu langsung dengan konstituen di luar hari kerja seperti Sabtu dan Minggu, selebihnya yang terjun langsung ke konstituen adalah tim kampanye.



Sumber: Facebook SahabatElfenni Bangun Menjadidpdri

Gambar 1. Poster Elfenni Erdianta Bangun pada Pemilu 2024

Kampanye digital di era perkembangan teknologi yang pesat dewasa ini, menurut (Setiyono, 2024) melingkupi spektrum kerja yang panjang, mulai dari melibatkan pemilih di media sosial, hingga menyusun konten media sosial yang menarik, mengorganisasi sasaran audiens dengan tepat, mengorganisasi pendengung (*buzzer*) dan *influencer*, serta membuat program interaksi daring dan luring dengan pemilih. Staf kampanye digital yang sukses harus mampu melakukan berbagai tugas secara kreatif. Memiliki minat dan jiwa yang nyaman dengan

berbagai platform online, termasuk mengelola perangkat lunak (*software*) untuk mengatur hubungan dengan audiens. Juga dijelaskan bahwa penulisan yang menarik dan tata bahasa yang baik sangat penting untuk membangun pesan elektronik yang efektif. *Platform* desain seperti Canva dan sebagainya sangat berguna untuk membantu menghasilkan gambar media sosial secara instan. Staf kampanye digital juga harus selalu mengetahui perkembangan terkini dan tren sehari-hari agar dapat terlibat dalam percakapan dengan konstituen. Kemampuan yang paling penting bagi staf kampanye digital adalah memiliki pola pikir yang kreatif dan berpikiran maju. Hal ini meningkatkan kemampuan tim untuk terlibat dalam respons yang cepat, sekaligus mampu menghasilkan dukungan pengelolaan isu kampanye di berbagai platform media sosial. Oleh karena itu, tim kampanye digital biasanya terdiri dari berbagai personal yang menguasai bidang ilmu politik, komunikasi visual, desain grafis, TIK dan statistik.

Pada penelitian Moch. Nurcholis Majid dan Evy Dwi Andriani pada tahun 2023 mengenai Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Di Era Digital menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik dalam pemilihan umum di era digital dilakukan melalui dua hal yakni, strategi komunikasi digital melalui kaderisasi artis untuk meningkatkan popularitas partai politik dalam pemilu dan strategi komunikasi digital melalui media sosial dilakukan dengan semua media sosial seperti Instagram, Youtube, TikTok, Twitter, TVC dan media yang lain.

Dari hasil temuan penelitian ini, menunjukkan bahwa Elfenni dan tim menggunakan media massa konvensional seperti radio dan televisi lokal yang difasilitasi oleh KPU, juga menggunakan *platform* media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Youtube dalam strategi komunikasi politiknya. Di era digital ini, penggunaan media sosial dalam kampanye politik memang tidak bisa dihindari. Adapun dari pengamatan yang dilakukan peneliti pada media sosial yang digunakan oleh Elfenni dalam berkampanye kurang terstruktur dan tidak maksimal.

Dalam (Carroll, S. J., & Fox, 2014), perempuan sering mengadopsi gaya komunikasi yang berbeda dibandingkan dengan laki-laki dalam politik. Gaya ini sering kali lebih kolaboratif, inklusif, dan berorientasi pada konsensus. Perempuan cenderung menggunakan bahasa yang lebih personal dan empatik, yang mencerminkan pendekatan yang lebih holistik dalam pengambilan keputusan politik. Pada penelitian Maulina Pia Wulandari, Maharina Novia Zahro, dan Anang Sujoko pada tahun 2022 mengenai Strategi Komunikasi Politik Politisi Perempuan Dalam Membangun Citra Pemimpin Perempuan (Analisis Naratif Gaya Komunikasi Politik Khofifah Indar Parawansa) menemukan bahwa gaya komunikasi politisi perempuan Khofifah Indar Parawansa yang santun dan mendidik seperti seorang guru menjadi figur teladan bagi masyarakat Jawa Timur.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Maulina Pia Wulandari, Maharina Novia Zahro, dan Anang Sujoko, pembentukan dari gaya komunikasi Khofifah Indar Parawansa merupakan proses yang panjang juga menyesuaikan dengan kultur dari daerah Jawa Timur. Disamping gaya komunikasi yang belum mampu membentuk citra politik Elfenni, dibutuhkan riset mendalam sebelum terjun ke dunia politik, hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan jasa konsultan politik sehingga dapat menemukan gaya komunikasi yang tepat sesuai dengan kebutuhan atau minat dari masyarakat Provinsi Riau. Dalam kasus Elfenni, gaya komunikasinya yang apa adanya belum membentuk citra politik yang kuat. Oleh karena itu,



diperlukan riset mendalam dan bimbingan dari konsultan politik untuk menemukan gaya komunikasi yang tepat dan efektif guna menarik dukungan yang lebih luas dari masyarakat.

Dalam (Carroll, S. J., & Fox, 2014) dijelaskan bahwa politisi perempuan sering harus menavigasi ekspektasi gender ketika menyusun pesan politik mereka. Perempuan sering kali harus menyeimbangkan antara menunjukkan kompetensi dan kehangatan, sesuatu yang tidak selalu diharapkan dari politisi laki-laki. Hal ini dapat mempengaruhi strategi komunikasi mereka dan bagaimana mereka menyampaikan pesan kepada konstituen. Pada temuan dalam penelitian ini, ditemukan bahwa pesan politik yang digunakan oleh Elfenni adalah “bergandengan tangan, bersama kita bisa”. Pesan ini menjadi ajakan untuk masyarakat Riau untuk membangun Riau menjadi provinsi yang maju dengan sumber daya alam yang dimiliki, menjadikan masyarakat Riau menjadi masyarakat yang berdaya. Di sisi lain, pesan politik yang disampaikan tidak sampai pada konstituen yang tidak memahami secara spesifik apa pesan politik yang disampaikan oleh Elfenni.

Dalam (Carroll, S. J., & Fox, 2014) disebutkan, beberapa hambatan yang dihadapi perempuan dalam komunikasi politik, termasuk stereotip gender, bias media, dan ekspektasi sosial yang berbeda. Hambatan ini dapat mempengaruhi bagaimana pesan politik perempuan diinterpretasikan dan bagaimana mereka mampu mempengaruhi opini publik. Pada penelitian Desy Ratnasari, Hana Panggabean dan Rustono Farady Marta pada tahun 2021 mengenai Persepsi Kesetaraan Gender Laki-Laki terhadap Perempuan Anggota DPR pada Jabatan Strategis di DPR menemukan bahwa perempuan dituntut memiliki kompetensi, komitmen, citra diri dan mendapatkan dukungan politik dan keluarga. Kriteria persyaratan tersebut dibuat berdasarkan konstruksi pemikiran tentang stereotip gender peran perempuan yang dipengaruhi nilai budaya patriarki yang dianut masyarakat Indonesia secara umum. Sebagai caleg perempuan, Elfenni menilai masih banyak yang menyepelekan kemampuan perempuan dalam berpolitik. Namun, menurutnya perempuan memiliki kemampuan lebih dari laki-laki, yakni *multi-tasking*.

Elfenni adalah representasi perempuan dalam politik yang menghadapi berbagai tantangan, baik struktural maupun politis. Namun, dengan memanfaatkan narasi keunggulan perempuan, menguatkan solidaritas komunitas, dan menciptakan kampanye yang progresif, hambatan ini dapat diubah menjadi peluang strategis. Perjuangan Elfenni mencerminkan perjalanan panjang menuju kesetaraan gender dalam politik, yang membutuhkan upaya kolektif untuk mengubah budaya, persepsi, dan sistem yang ada. Mengacu pada Carroll dan Fox, jika politisi perempuan tidak mampu menyeimbangkan antara kompetensi dan kehangatan, mereka akan berisiko tidak membangun kesan kuat di mata konstituen. Dalam kasus Elfenni, pesan politiknya yang seharusnya mencerminkan kehangatan (kebersamaan) dan kompetensi (visi pembangunan) gagal diterjemahkan dengan baik dalam komunikasi kampanye, baik secara verbal maupun nonverbal. Pesan politik Elfenni, “bergandengan tangan, bersama kita bisa,” pada dasarnya memiliki potensi untuk menciptakan koneksi emosional (kehangatan) sekaligus menunjukkan kepemimpinan visioner (kompetensi). Namun, tantangan komunikasi politik Elfenni terletak pada kurangnya kejelasan dan konsistensi dalam menyampaikan pesan politiknya. Elfenni perlu meningkatkan keterampilan komunikasi politik dan memastikan pesannya terstruktur, konsisten, dan mudah dipahami, sehingga dapat membangun koneksi emosional sekaligus memperkuat citra kepemimpinannya di mata konstituen.

Dalam (Carroll, S. J., & Fox, 2014) pada komunikasi politiknya, perempuan seringkali mengadvokasi isu-isu yang berhubungan dengan hak-hak perempuan, keluarga, dan kesejahteraan sosial. Carroll dan Fox menunjukkan bahwa politisi perempuan sering menggunakan *framing* isu yang menekankan pada keadilan sosial, kesetaraan, dan empati, yang dapat membedakan mereka dari rekan laki-laki mereka.

Pada penelitian Saepudin dan Megandaru Widhi Kawuryan pada tahun 2022 mengenai Komunikasi Politik dan Kepemimpinan Transformasional Perempuan dalam Parlemen menemukan bahwa Puan Maharani sebagai Ketua DPR RI adalah perempuan pertama di Indonesia yang menduduki posisi Ketua DPR RI, membentuk Kaukus Perempuan Parlemen Indonesia (KPPRI) beranggotakan seluruh perempuan anggota DPR RI sebagai forum anggota parlemen perempuan lintas partai yang memperjuangkan isu-isu perempuan dan kelompok marginal lainnya di DPR.

Adapun temuan pada penelitian ini, menunjukkan bahwa isu yang diangkat dalam kampanye Elfenni yaitu infrastruktur jalan, kesehatan, pendidikan, dan lapangan kerja. Dari hasil analisa peneliti, Elfenni perlu menyesuaikan strategi komunikasinya agar lebih mencerminkan identitasnya sebagai perempuan dan anggota kelompok minoritas yang mampu memperjuangkan isu-isu keadilan sosial. Dalam Tim Kampanye yang terbentuk yang dominan adalah laki-laki, dengan melibatkan lebih banyak perempuan dalam tim kampanye akan memperkuat pesan bahwa kandidat memiliki pemahaman mendalam terhadap isu-isu perempuan. Di samping itu, Elfenni kurang memanfaatkan narasi otentik yang menghubungkan perjuangannya dengan pengalaman pribadi dan kebutuhan masyarakat yang relevan. Dengan memadukan isu-isu universal seperti pendidikan dan kesehatan dengan fokus pada isu khas yang menunjukkan keberpihakan kepada kelompok yang kurang terwakili, seperti hak minoritas. Pesan politik dapat lebih menarik dan efektif dalam memenangkan kepercayaan publik, sekaligus menciptakan dampak yang lebih luas terhadap kelompok masyarakat yang diwakilinya.

Mengacu pada penelitian Saepudin dan Megandaru Widhi Kawuryan, Elfenni dan tim dalam strategi komunikasinya kurang fokus dalam menonjolkan komunikasi politik sebagai 'Aktivis Perempuan Riau' seperti yang terlampir pada poster Elfenni. Isu-isu yang diangkat memang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, namun dengan pendekatan komunikasi politik perempuan yang lebih melibatkan banyak perempuan dalam tim kampanye diharapkan bisa lebih menguatkan strategi komunikasi politik Elfenni.

Dengan menyusun strategi komunikasi yang lebih terarah dan berbasis pada isu-isu khas perempuan serta kelompok minoritas, Elfenni dapat membangun kepercayaan publik yang lebih kuat dan menciptakan perbedaan signifikan dalam kontestasi politik. Pendekatan ini tidak hanya membuat pesan politiknya lebih menarik tetapi juga menegaskan posisinya sebagai pemimpin perempuan yang berdaya dan berpihak pada masyarakat luas, terutama kelompok rentan.

## Simpulan

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh Elfenni Erdianta Bangun dalam Pemilu 2024 adalah ketidaksesuaian pesan politik yang sampai kepada konstituen. Beberapa konstituen tidak memahami pesan politik yang disampaikan, yang menunjukkan bahwa komunikasi yang

dilakukan tidak efektif dalam menyampaikan visi dan misi secara jelas dan tepat sasaran. Elfenni dan tim kampanyenya memiliki keterbatasan pengalaman dalam dunia politik, yang berdampak pada strategi komunikasi politik yang belum sepenuhnya matang. Hal ini menjadi tantangan dalam merancang pesan yang mampu menjangkau pemilih secara maksimal, mengingat pentingnya strategi komunikasi yang terstruktur dengan baik. Mengingat Elfenni adalah politisi perempuan, salah satu tantangan besar adalah kurangnya representasi perempuan dalam tim kampanyenya. Hal ini mengurangi kekuatan narasi yang bisa dikembangkan, terutama terkait dengan isu-isu perempuan dan kelompok minoritas, yang seharusnya menjadi fokus utama. Meskipun menggunakan media sosial sebagai *platform* kampanye, penggunaan media sosial oleh Elfenni dinilai kurang terstruktur dan tidak maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa strategi kampanye digital Elfenni belum optimal dalam menarik perhatian dan memobilisasi pemilih secara efektif.

## Referensi

- Arrianie, L. (2023). *TEORI, MODEL, PERSPEKTIF, DAN MEDIA KOMUNIKASI POLITIK*. Penerbit Buku Kompas.
- Campus, D. (2013). *Women Political Leaders and the Media*. Palgrave Macmillan.
- Cangara, H. (2011). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2016). *KOMUNIKASI POLITIK, KONSEP, TEORI, DAN STRATEGI*. Rajawali Pers.
- Carroll, S. J., & Fox, R. L. (2014). *Gender and Elections: Shaping the Future of American Politics*. Cambridge University Press.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publisher.
- Denton, R. E. & Woodward, G. C. (1990). *Political Communication in America*. Praeger.
- DPR RI. (2023). *Peningkatan Partisipasi Perempuan dalam Politik Butuh Dukungan semua Pihak*. Dpr Ri. <https://www.mpr.go.id/berita/Peningkatan-Partisipasi-Perempuan-dalam-Politik-Butuh-Dukungan-semua-Pihak>
- Efriza, & Indrawan, J. (2018). *KOMUNIKASI POLITIK: Pemahaman Secara Teoretis dan Empiris*. Intrans Publishing.
- Heryanto, G. G. (2011). *Dinamika Komunikasi Politik*. Laswell Visitama.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penduduk-menurut-agama>
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2023). *KemenPPPA Dorong Keterwakilan Perempuan dalam Politik Melalui Seminar Nasional "Suksesi Suara Pemilih Pemula untuk Pemilu 2024."* <https://www.kemenpppa.go.id/page/view/NDgzOQ==>
- MAJID, N. (2023). Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Di Era Digital. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 53–61. <https://doi.org/10.62238/perseptifjurnalilmusosialdanhumaniora.v1i2.34>
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*. Routledge.
- Miles, M.B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage Publisher.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, M. I. (2013). Demokrasi Dan Politik Minoritas Di Indonesia. *Politica*, 4, 320.

- Orwela, C. (2023). Komunikasi Politik Perempuan Di Kediri. *Jurnal Anifa: Studi Gender Dan Anak*, 4(1), 82–106. <https://doi.org/10.32505/anifa.v4i1.6076>
- Pattiasina, H. Y. (2015). STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PDI PERJUANGAN KABUPATEN MALUKU TENGAH PADA PEMILU 2014. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(1), 20. <https://doi.org/https://doi.org/10.33299/jpkop.19.1.333>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*.
- Ratnasari, D., Panggabean, H., & Marta, R. F. (2021). Persepsi Kesetaraan Gender Terhadap Perempuan Anggota DPR pada Jabatan Strategis di DPR. *PALASTREN: Jurnal Studi Gender*, 14(1), 33. <https://doi.org/10.21043/palastren.v14i1.8146>
- Ross, K. (2002). *Women, Politics, Media: Uneasy Relations in Comparative Perspective*. Hampton Press.
- Setiyono, B. (2024). *PENGANTAR ILMU POLITIK* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Susanto, A. S. (1985). *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Binacipta.
- Susilo, M. E., & Nisa, N. L. (2018). Strategi Komunikasi Politisi Perempuan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 54–65.
- Umari, F., & Indra Dewi, S. (2020). Strategi Komunikasi Politik Caleg Perempuan dalam Pileg 2019 di Kota Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(2), 55–65. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i2.47>
- Wulandari, M. P., Zahro, M. N., & Sujoko, A. (2022). Strategi Komunikasi Politik Politisi Perempuan Dalam Membangun Citra Pemimpin Perempuan (Analisis Naratif Gaya Komunikasi Politik Khofifah Indar Parawansa). *Jurnal Interaktif*, 14(1), 26–49. <https://doi.org/10.21776/ub.interaktif.2022.014.01.4>
- Yohanes, M. (2012). Keterlibatan Gereja Katolik Indonesia Dalam Bidang Politik. In *Jurnal Teologi* (Vol. 1, Issue 2, pp. 103–120). <https://doi.org/10.24071/jt.v1i2.423>
- Yonela, S. (n.d.). *Seluruh Petahana Keok, Ini Empat Calon Anggota DPD RI Terpilih Dapil Riau*. Retrieved June 26, 2024, from <https://www.cakaplah.com/berita/baca/108304/2024/03/10/seluruh-petahana-keok-ini-empat-calon-anggota-dpd-ri-terpilih-dapil-riau#sthash.HtBRaNek.dpbs>