

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemenangan calon dalam Pemilihan Umum (Pemilu) tidak terlepas dari strategi marketing yang diterapkannya. Diperlukan kemampuan dan kreativitas dalam merumuskan marketing politik yang mampu menarik minat serta dapat diterima di masyarakat. Strategi politik yang diterapkan seorang calon baik itu pada Pemilihan Umum atau Pemilihan Kepala Daerah merupakan bagian dari marketing politik. Marketing politik menjadi kunci bagi seorang calon untuk dapat memenangkan kontestasi, marketing yang diterapkan akan selalu berubah-ubah dari satu periode ke periode berikutnya seiring dengan perkembangan zaman.

Studi ini ingin meneliti dan mendalami marketing politik yang diterapkan oleh Ika Siti Rahamtika bersama tim suksesnya dalam Pemilihan Umum Legislatif Jawa Barat 2024. Pada fenomena tersebut terdapat hal menarik dimana ada sosok perempuan mampu mengungguli lawan-lawannya yang merupakan calon legislatif laki-laki dan calon petahana. Ditengah budaya patriarki yang masih menyeruak dipermukaan, Ika sebagai calon perempuan pemula dalam perhelatan kontestasi mampu menyingkirkan lawannya, lebih mengejutkan lagi beliau melangkahi legislatif kabupaten dan lebih memilih untuk berkontestasi di legislatif provinsi. Selain itu, Ika Siti

Rahmatika merupakan satu-satunya calon legislatif perempuan berasal dari Kabupaten Kuningan yang lolos menduduki legislatif Jawa Barat.

Fakta empiris ini menjelaskan bahwa ilmu politik merupakan ilmu yang dinamis dapat berubah-ubah sejalan dengan situasi dan kondisi. Ilmu politik merupakan ilmu pengetahuan praktis dimana membahas keadaan pada kenyataan fenomena maupun gejala yang ada secara konkret mengenai kekuasaan, entah itu perihal organisasi negara ataupun yang mempengaruhi pelaksanaan tugas-tugas negara (Mustamin & Azhar Nur, 2022). Dengan fakta empiris tersebut, penulis melihat bahwa kemenangan Ika Siti Rahmatika dalam Pemilihan Umum 2024 menjadi hal yang menarik untuk dikaji.

Ika Siti Rahmatika lahir di Kabupaten Ciamis 46 tahun lalu tepatnya pada tahun 1978. Dalam budaya sunda, perempuan memiliki nilai-nilai luhur sebagai pemimpin, namun hal tersebut beriringan dengan budaya patriarki yang cukup kuat (Amanah et al., 2023). Akses yang dimiliki perempuan sunda tidak sebebas akses yang dimiliki laki-laki, banyak kekhawatiran yang diberikan orang tua terhadap anak perempuannya, seperti keluar dari zona nyaman sebagai anak daerah untuk merantau termasuk terjun ke dalam dunia politik yang menurut sebagian orang keras. Namun, Ika sebagai perempuan asli sunda mampu keluar dan memberanikan diri mengambil langkah tersebut.

Keterwakilan perempuan dalam parlemen menjadi sebuah hal penting kehadirannya menjadi representasi bagi perempuan yang mampu memberikan ide-ide baru pada perumusan dan pembuatan kebijakan. Seperti apa yang disampaikan oleh Budiarti bahwa hadirnya perempuan dalam parlemen

memberikan warna baru dimana terdapat pendekatan yang berbeda, keterwakilan perempuan diasumsikan memberikan nilai, pengalaman dan keterampilan baru (Budiarti, 2011). Disamping itu, undang-undang telah mengamanatkan keterwakilan perempuan dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum yang di dalamnya mengharuskan adanya keterwakilan perempuan di lembaga eksekutif dan legislatif baik di pusat maupun daerah sebesar 30% persen.

Kemenangan Ika Siti Rahmatika dalam Pemilihan Umum 2024 merupakan keterwakilan perempuan dalam perpolitikan Indonesia. Keterwakilan perempuan Indonesia dalam dunia politik dikatakan masih cukup rendah, tidak hanya pada tingkat nasional tetapi ditingkat daerah (Mukarom, 2020). Seperti halnya keterwakilan perempuan di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Jawa barat periode 2019-2024 yaitu sebanyak 23 dari 120 kursi atau sebesar 19,1%. Angka tersebut menunjukkan masih sulitnya perempuan menembus angka keterwakilan 30% di parlemen, situasi semacam ini menimbulkan banyak pekerjaan rumah bagi perempuan ketika ingin ikut dalam kontestasi politik. Diperlukan strategi efektif untuk mendulang suara dan meyakinkan masyarakat bahwa perempuan mampu mengurus persoalan politik. Masih masifnya budaya patriarki di Indonesia menjadikan perempuan harus berjuang dua kali lebih keras dibanding laki-

laki. Selain strategi, banyak kendala yang tentunya dihadapi oleh calon perempuan dalam mendapatkan kursi parlemen.

Pemilihan Umum (Pemilu) serentak telah dilaksanakan tahun lalu tepatnya tanggal 14 Februari 2024 yang pada pelaksanaannya memilih Presiden dan Wakil Presiden, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten/Kota. Terkhusus DPRD Provinsi Jawa Barat hasil dari Pemilu tersebut didapat 120 kursi dengan Partai Gerindra sebagai pemilik kursi terbanyak yaitu 20 kursi disusul oleh PKS dan Golkar dengan 19 kursi. 120 legislator telah dilantik pada tanggal 2 September 2024 lalu di Gedung Merdeka, Kota Bandung oleh Pejabat Gubernur Jawa Barat Bey Machmudin.

Tabel 1. 1 Daftar Anggota DPRD Provinsi Jawa Barat Periode 2024-2029

NO	NAMA	DAPIL	FRAKSI
1	Dr. Buky Wibawa, M.Si	Dapil 1	Gerindra
2	H. Taufik Hidayat, S.H., M.H	Dapil 2	
3	Tobias Ginanjar Sayidina, S.A.P	Dapil 3	
4	Abdul Karim, S.H	Dapil 4	
5	Dra. Hj. Lina Ruslinawati	Dapil 5	
6	H. Ricky Kurniawan, Lc	Dapil 6	
7	Ir. Prasetyawati, M.M	Dapil 6	
8	Rizaldy D. Priambodo	Dapil 7	
9	H. Pradi Supriatna, S.Kom., M.M.S.I	Dapil 8	
10	Bn. Holik Qodratulloh, M.Si	Dapil 9	
11	Irpan Haeroni, S.M	Dapil 9	
12	Gina Fadlia Swara, S.E., M.M	Dapil 10	
13	Maula Akbar Mulyadi Putra, S.I.Pol	Dapil 10	
14	H. Heri Ukasah Sulaeman, Sp.D., M.H	Dapil 11	

15	Andhika Surya Gumilar	Dapil 11	
16	Drs. H. Daddy Rohanady	Dapil 12	
17	George Edwin Sugiharto, S.I.P	Dapil 12	
18	Hj. Tina Wiryawati, S.H	Dapil 13	
19	Dede Kusdinar	Dapil 14	
20	Viman Alfarizi Ramadhan, S.T., M.B.A	Dapil 15	
21	Ir. M.Q. Iswara	Dapil 1	Golkar
22	H. Agung Yansusan Sudarwin, S.Ag., S.T	Dapil 2	
23	Ahmad Hidayat, S.I.Kom	Dapil 2	
24	Edi Rusyandi	Dapil 3	
25	Deden Nasihin	Dapil 4	
26	Phinera Wijaya, S.E	Dapil 5	
27	Samsul Hidayat, S.H	Dapil 6	
28	Fetty Anggraenidini, S.H., M.H	Dapil 7	
29	Dr. Farabi El Fouz A. Rafiq, Sp.A, M.Kes	Dapil 8	
30	Ade Puspitasari, S.Sos., M.B.A	Dapil 8	
31	H. Akhmad Marjuki, S.M., M.M	Dapil 9	
32	Hj. Anne Ratna Mustika, S.E	Dapil 10	
33	Reynaldi Putra Andita Budi Raemi, S.I.P	Dapil 11	
34	H. Yomanus Untung, S.Pd	Dapil 11	
35	Hilal Hilmawan, S.I.P., M.I.P	Dapil 12	
36	H. Taufik Hidayat, S.H	Dapil 12	
37	H. Dudy Pamuji, S.E., M.Si	Dapil 13	
38	Dra. Hj. Euis Ida Wartiah, M.Si	Dapil 14	
39	H. Yod Mintaraga	Dapil 15	
40	Hj. Siti Muntamah S. A. P	Dapil 1	PKS
41	H. Tedy Rusmawan, A.T., M.M	Dapil 1	
42	H. Jajang Rohana, S. Pd.I	Dapil 2	
43	Hj. Sri Dewi Anggraini	Dapil 3	
44	H. R.K. Dadan Surya Negara, S.P	Dapil 4	
45	Ir. H. Yusuf Maulana	Dapil 5	
46	H. Fikri Hudi Oktiarwan, S.Sos	Dapil 6	
47	Dedi Aroza, S.Ag., M.Si	Dapil 6	
48	H. Iwan Suryawan, S.Sos	Dapil 7	
49	Hj. Lilis Nurlia	Dapil 8	
50	Elly Farida	Dapil 8	
51	Iin Nur Fatinah, A.Md	Dapil 8	
52	Dr. Hj. Cucu Sugiarti, S.I.P., M.Pd	Dapil 9	
53	H. Budiwanto, S.Si., M.M	Dapil 10	
54	Dr. H. Encep Sugiana	Dapil 11	

55	H. Junaedi, S.T	Dapil 12	
56	H. Didi Sukardi, S.E	Dapil 13	
57	H. Ahab Sihabudin, S.H.I	Dapil 14	
58	Drs. K. H. Tetep Abdulatip	Dapil 15	
59	Rafael Situmorang, S.H	Dapil 1	
60	Hj. Nia Purnakania, S.H., M.Kn	Dapil 2	PDIP
61	Tuti Turimayanti	Dapil 3	
62	Dr. H. Tom Maskun, M.Pd	Dapil 4	
63	Muhammad Jaenudin, S.Ag , M.H	Dapil 5	
64	Doni Maradona Hutabarat, S.H	Dapil 6	
65	Ahmad Faisyal Hermawan, S.E., M.M	Dapil 8	
66	Christin Novalia Simanjuntak, S.H., M.Kn	Dapil 9	
67	Pipik Taufik Ismail, S.Sos., M.M	Dapil 10	
68	Dr. Hj. Ineu Purwadewi Sundari, S.Sos., M.M	Dapil 11	
69	Bayu Satya Prawira, S.H	Dapil 11	
70	Ono Surono, S.T	Dapil 12	
71	Bambang Mujiarto, S.T	Daip1 12	
72	Diah Fitri Maryani, S.E., M.M	Dapil 12	
73	Hj. Ika Siti Rahmatika, S.E	Dapil 13	
74	Memo Hermawan	Dapil 14	
75	Arip Rachman, S.E., M.M	Dapil 15	PKB
76	Acep Jamaludin, S.Hum	Dapil 1	
77	Humaira Zahrotun Noor	Dapil 2	
78	Asep Syamsudin, S.Ag	Dapil 2	
79	Asep Suherman	Dapil 4	
80	Hasim Adnan, S.Ag	Dapil 5	
81	Dindin Abdullah Ghozali	Dapil 6	
82	M. Faizin, S.E	Dapil 8	
83	Muhamad Rochadi	Dapil 9	
84	H. Rahmat Hidayat Djati, M.Ip	Dapil 10	
85	Taufik Nurrohim, S.Psi	Dapil 11	
86	Tobroni, S.Pd., M.Pd	Dapil 12	
87	Muhammad Asyrof Abdik, S.Hub.Int	Dapil 12	
88	M. Maulana Yusuf Erwinsyah	Dapil 13	
89	Aceng Malki	Dapil 14	
90	M. Lillah Sahrul Mubarak, S.Sos	Dapil 15	Nasdem
91	Mamat Rachmat, M.Si	Dapil 1	
92	Dra. Hj. Tia Fitriani	Dapil 2	
93	H. Onnie Soerono Sandi, S.E	Dapil 4	
94	M.Rizky	Dapil 6	
95	Hj. Siti Qomariyah, S.I.P	Dapil 9	

96	Sabil Akbar, M.I.P	Dapil 10	
97	Sri Wahyuni Utami, S.T	Dapil 12	
98	Heri Rafni Kotari, S.T	Dapil 13	
99	H. Sugianto Nangolah, S.H., M.H	Dapil 1	Demokrat
100	Saeful Bachri, S.H., M.A.P	Dapil 2	
101	A. Yamin, S.I.P	Dapil 4	
102	Dede Candra Sasmita, S.Ag	Dapil 6	
103	Ronny Hermawan, S.H	Dapil 8	
104	Jenal Aripin	Dapil 10	
105	H. Zulkifly Chaniago, B.E	Dapil 11	
106	Dr. Hj. Ratnawati, M.K.K.K	Dapil 12	
107	Nisya Ahmad	Dapil 2	PAN
108	Hj. Dessy Susilawaty, S.Pd.I	Dapil 5	
109	H. Permadi Dalung, S.E., M.M	Dapil 6	
110	H.M. Hasbullah Rahmad, S.Pd., M.Hum	Dapil 8	
111	Raden Tedi, S.T	Dapil 9	
112	Supriatna Gumilar	Dapil 13	
113	Budi Mahmud Saputra, S.E	Dapil 15	
114	H. Dedi Damhudi	Dapil 5	PPP
115	H. Muhamad Romli, A.M	Dapil 6	
116	H. Zaini Shofari, S.H.I., M.I.Kom	Dapil 11	
117	H. Arief Maoshul Affandy	Dapil 13	
118	H. Aten Munajat	Dapil 14	
119	H. Uden Dida Efendi	Dapil 15	
120	Iwan Koswara, S.Pd.I	Dapil 13	PSI

Sumber : dprd.jabarprov.go.id

Partisipasi perempuan pada Pemilihan Umum legislatif DPRD Jawa Barat 2024 mencapai 658 orang (pemilu2024.kpu.go.id) dan perempuan yang lolos menjadi legislator di bumi tatar sunda sebanyak 27 orang mengalami peningkatan dari periode sebelumnya yaitu 23 orang. Ika Siti Rahmatika menjadi salah satu dari keduapuluh tujuh orang tersebut. Ika Siti Rahmatika adalah istri dari Almarhum Acep Purnama yang merupakan Bupati Kuningan Periode 2018-2023 sekaligus ketua KORMI (Komite Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia). Beliau termasuk ke dalam calon pemula pada pemilu legislatif dan terjun langsung dalam kontestasi politik provinsi. Ika

mencalonkan diri sebagai legislatif melalui Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dan memperoleh suara yang meyakinkan dengan jumlah 73.754 suara mengungguli calon PDIP lainnya. Ika terdapat di Jawa Barat 13 mencakup wilayah Kabupaten Kuningan, Kabupaten Ciamis, Kota Banjar dan Kabupaten Pangandaran. Atas dasar itu Ika Siti Rahmatika melenggang mulus ke Jawa Barat.

Tabel 1. 2 Perolehan Suara Sah dan Peringkat Suara Sah PDI Perjuangan Pemilu Legislatif 2024

NO URUT	PARTAI POLITIK/NAMA CALON	SUARA SAH	PERINGKAT SUARA CALON SAH
(1)	(2)	(3)	(4)
3	PDI Perjuangan	71.859	
1	Dr. H. BEDI BUDIMAN	38.545	3
2	Dra. Hj. IJAH HARTINI, M.I.Pol	70.622	2
3	DENDIN HARYANA, S.Sos.	12.540	5
4	DEDE MULYADI	32.833	4
5	USMAN EFFENDI, S.H., M.Hum	7.247	6
6	OPI DESI RISNAWATI	3.602	7
7	GATHAN ABDUL HAQ	1.771	8
8	Hj. IKA SITI RAHMATIKA, S.E.	73.754	1

Sumber : jdih.kpu.go.id

Tentunya hal ini menjadi pencapaian yang sangat baik bagi seorang calon perempuan ditambah lagi beliau merupakan pemula pada pemilu legislatif. Marketing yang dimiliki Ika dalam kontestasi legislatif tentunya tidak sembarangan, banyak pertimbangan dan resiko yang telah diambil hingga mendapatkan kursi di legislatif Jawa Barat. Patut diketahui lebih lanjut

bagaimana marketing politik yang diterapkan dalam menggapai kursi legislatif Jawa Barat 2024.

Kabupaten Kuningan menjadi daerah pendulang suara terbanyak bagi Ika pada Pemilu Legislatif 2024 mencapai 53.692 suara. “*One man one vote one value*” menjadi kebijakan yang digunakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada pemilu legislatif, yang mana tidak melihat ada batas minimal seberapa besar suara yang didapatkan disebuah daerah untuk dapat memenangkan kontestasi, yang terpenting adalah meraup suara sebanyak-banyaknya. Selain itu, dalam proses penentuan kursi legislatif, KPU menggunakan metode *Sainte Lague* yang telah digunakan sejak Pemilu 2019. Berbeda dengan pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, untuk menang dengan satu putaran diharuskan mendapat suara minimal 50% plus 1 dan sedikitnya 20% disetiap provinsi di Indonesia (UUD 1945 Pasal 6A Ayat (3) dan UU Pemilu Pasal 416). Atas dasar tersebut Ika lolos menjadi legislator Jawa Barat meskipun sebagian besar suara diperoleh di Kabupaten Kuningan.

Tabel 1. 3 Rekapitulasi Jumlah Suara Ika Siti Rahmatika Dapil 13 Jawa Barat

NO	NAMA DAERAH	JUMLAH SUARA
1	Kabupaten Ciamis	17.318
2	Kota Banjar	1.362
3	Kabupaten Pangandaran	1.382
4	Kabupaten Kuningan	53.692
Jumlah		73.754

Sumber : pemilu2024.kpu.go.id

Ika mendapatkan sebagian besar suaranya di Kabupaten Kuningan, oleh karena itu peneliti menjadikan Kabupaten Kuningan Kuningan sebagai daerah penelitian pada tulisan ini.

Persaingan hebat terjadi pada kontestasi politik ini, hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya partai dan calon yang ikut pada perhelatan akbar lima tahunan ini. Apalagi provinsi Jawa Barat merupakan daerah yang selalu menjadi sorotan masyarakat Indonesia karena diisi oleh calon-calon yang memiliki ketenaran. Dengan semakin banyaknya calon yang ikut berkontestasi menjadikan masyarakat memiliki banyak opsi untuk memilih pemimpin. Hal tersebut menjadi tantangan bagi calon untuk meyakinkan pilihan masyarakat bahwa mereka pantas untuk menjadi wakil di legislatif. Strategi marketing politik yang efektif dibutuhkan oleh seorang calon dalam meraup suara masyarakat.

Marketing politik dirumuskan tidak semata-mata karena kebutuhan saja akan tetapi telah dikaji dan dianalisis sebelumnya dengan berbagai pertimbangan. Pemetaan dan segmentasi setidaknya harus dilakukan oleh calon, tim sukses ataupun partai politik untuk mengetahui medan pertempuran yang akan mereka jajaki. Dengan kata lain, strategi yang dicetuskan harus berorientasi pasar yaitu mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pemilih. Strategi yang disusun harus mampu beradaptasi dengan situasi dan kondisi politik yang ada, perubahan arah pada dunia politik cenderung tidak dapat diprediksi dari jauh-jauh hari sehingga dibutuhkan penyesuaian marketing politik. Oleh karena

itu, tidak semua strategi politik atau marketing politik dapat digunakan (Firmanzah, 2012).

Perkembangan teknologi yang pesat menjadi salah satu faktor strategi politik tidak dapat asal-asalan dirumuskan. Telah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam merumuskan marketing politik perlu memperhatikan orientasi pasar dan hal tersebut tentunya berhubungan dengan masyarakat. Permasalahan yang ada di masyarakat menjadi satu perkara yang dapat diangkat dan dijadikan acuan dalam pembuatan marketing politik, akan tetapi perlu digaris bawahi bahwa harus mengetahui kondisi pasar terlebih dahulu. Misalnya saja pada media yang kini semakin berkembang dan cenderung semua kalangan menggunakan khususnya media sosial. Untuk menjangkau pemilih dan apa yang disampaikan dapat diterima, strategi yang diterapkannya pun mengikuti situasi pasar. Kalangan muda lebih aktif dalam media apa dan kalangan tua lebih banyak menggunakan media apa, tentunya apa yang disampaikan tidak akan sama karena akan berbeda pada pola pendekatannya.

Perumpamaan lainnya ketika seorang calon akan menyampaikan sebuah pesan politik dihadapan masyarakat yang notabene tingkat pendidikannya tidak terlalu tinggi diperlukan penyesuaian penyampaian pesan yang sederhana agar mudah dipahami dan dapat meyakinkan pemilih bahwa calon tersebut mampu menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Berbeda jika calon mengikuti seminar atau uji publik disebuah perguruan tinggi, tentu audiens yang hadir mayoritas masyarakat berpendidikan sehingga apa yang disampaikan dapat bersifat ideologis dan politis. Tentunya, marketing politik

yang digunakan calon untuk meyakinkan pemilih tidak terbatas pada apa yang telah disampaikan sebelumnya, banyak instrumen lain yang tidak kalah pentingnya dan perlu diperhatikan dengan baik.

Kontestasi politik tidak akan lepas dengan yang namanya kandidat dan pemilih, kedua hal tersebut selalu berdampingan, tidak akan ada seorang legislator ketika tidak ada pemilih. Pemilih sebagai subjek pada kontestasi memiliki karakteristik yang sangat kompleks, sehingga membutuhkan banyak pertimbangan bagi seorang calon bersama timnya ketika ingin menerapkan sebuah marketing politik. Menurut Firmanzah (2012) tipologi pemilih terdiri atas dua jenis, yaitu orientasi *policy problem solving* dan orientasi *ideology*. Pada pemilih dengan karakter *policy problem solving* mereka memperhatikan apa yang sudah dan apa yang akan dilakukan ke depannya, baik itu melalui program kerja dan penyelesaian permasalahan di masyarakat sehingga pemilih ini menekankan aspek objektivitas. Sedangkan orientasi *ideology* berdasar pada ikatan *ideology* dengan partai atau kandidat, selain itu pemilih model *ideology* mempertimbangan berbagai aspek seperti nilai budaya, agama, moralitas, norma, emosi dan psikografis (Firmanzah, 2012).

Kedua tipologi pemilih tersebut dikupas lebih mendalam dan memunculkan perilaku pemilih (*Voting Behavior*) yang yang mendasari pengambilan keputusan dalam memilih seorang kontestan. Keempat perilaku pemilih tersebut ialah pemilih rasional, pemilih kritis, pemilih tradisional dan pemilih skeptis. Pemilih rasional memiliki konfigurasi yang tinggi pada orientasi *policy problem solving*, sementara pemilih kritis merupakan

perpaduan antara kedua tipologi pemilih tersebut. Kemudian, pemilih tradisional lebih cenderung memiliki orientasi ideologi sangat tinggi dan mengesampingkan kebijakan yang diambil. Berbeda dengan pemilih skeptis yang merupakan pemilih dengan tingkat ketidakpedulian tinggi, alhasil golongan putih (golput) banyak bermunculan dari pemilih skeptis (Firmanzah, 2012).

Calon legislatif perempuan tidak hanya bersaing dengan calon perempuan lainnya melainkan bersaing pula dengan calon laki-laki. Ditambah dengan calon *incumbent* yang kembali ikut dalam kontestasi menjadi tantangan tersendiri bagi calon pemula dan harus berjuang dua kali lipat bahkan berkali kali lipat dari calon *incumbent*. Sebagai calon legislator pemula dibutuhkan strategi, kemampuan dan pemahaman untuk meraup suara, tak sampai disitu, masih banyak faktor yang harus dipertimbangkan pada kontestasi tersebut seperti memperhitungkan modal sosial (*social capital*) dan modal ekonomi (*economic capital*) (Sirait et al., 2021). Tak dapat dipungkiri, bahwa interaksi sosial dan uang menjadi salah satu faktor calon untuk mendapatkan kemenangan dalam kontestasi politik. Disamping itu, dalam kemenangan Ika sebagai legislator Jawa Barat diasumsikan terdapat jaringan yang tercipta ketika beliau menyandang status istri Bupati Kabupaten Kuningan. Ika aktif dalam berbagai kegiatan, seperti kegiatan Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dan Muslimat Nahdatul Ulama (NU). Hal tersebut membuat Ika lebih dikenal oleh masyarakat ketimbang calon legislatif yang lainnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu pada jurnal yang ditulis oleh Maydi Zefanya Sirait, Piers Andreas Noak, Muhammad Ali Azhar (2021) bahwa modalitas dapat memberikan peluang kemenangan pada calon yang didukung dengan pemanfaatan sumber daya di daerah tersebut. Selain itu, modal yang dimiliki digunakan dan dimaksimalkan oleh elit politik, dengan kata lain patron klien berperan pada pemanfaatan modal pada kontestasi politik. Senada dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan Irvan Ansyari, Priyatno Harsasto dan Fitriyah (2019) menghasilkan penelitian terkait patron klien yang dibangun oleh kader partai Golkar di masyarakat. Kader Golkar membangun hubungan baik di masyarakat mulai dari Bupati, lembaga adat, tokoh agama, pengusaha, budayawan dan Wali Nagari. Hubungan baik yang tercipta menjadikan Golkar sebagai partai yang tidak terkalahkan pada Pemilihan Umum legislatif 2004-2019 di Kabupaten Tanah Datar.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, Indah Adi Putri (2018) yang meneliti terkat jaringan kekerabatan sebagai modal sosial bagi calon legislatif perempuan menghasilkan bahwa jaringan kekerabatan matrilineal tidak menjamin kemenangan calon Siti Izzati Aziz sebagai *incumbent* pada Pemilihan Umum Legislatif Sumatera Barat 2014. Jaringan kekerabatan yang dimiliki bukan memberi kepastian terkait kemenangan akan tetapi lebih pada mengajak dan melobby kerabat yang lain agar memilih calon apalagi calon tersebut masih memiliki status kerabat. Suku minangkabau memiliki nilai kekerabatan yang kuat sehingga hal tersebut dimanfaatkan calon untuk meraih suara. Berdasarkan beberapa penjelasan diatas yang merupakan rujukan,

peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi politik yang dilakukan oleh Ika Siti Rahmatika pada Pemilihan Umum Legislatif DPRD Jawa Barat 2024. Terlebih lagi beliau merupakan calon perempuan debutan dalam dalam kontestasi politik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang didapat dan diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana marketing politik Ika Siti Rahmatika pada pemilu legislatif 2024 di Kabupaten Kuningan.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang di dapat dari rumusan masalah yaitu mengetahui marketing politik Ika Siti Rahmatika pada pemilu legislatif 2024 di Kabupaten Kuningan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaharuan penelitian mengenai marketing politik calon legislatif perempuan
- b. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan marketing politik calon legislatif perempuan.
- c. Penelitian dapat berkontribusi pada pengembangan teori-teori, khususnya teori mengenai marketing politik, modal sosial dan modal ekonomi.

1.4.2 Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai calon legislatif perempuan.
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh masyarakat terutama perempuan ketika ingin mencalonkan sebagai legislatif maupun pemimpin.
- c. Manfaat bagi masyarakat atas penelitian ini ialah mengetahui mengenai bagaimana strategi politik calon legislatif perempuan.

1.5 Sistematika Penulisan

- a. Bab I Pendahuluan, berisikan mengenai latar belakang masalah yang akan menjadi alasan bagi penulis untuk melakukan penelitian. Kemudian, dicantumkan pula rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian hasil dari latar belakang yang sebelumnya telah dipaparkan.
- b. Bab II Tinjauan Pustaka, pada bagian ini memuat *literature review* berupa teori-teori penunjang dari permasalahan yang akan diteliti, kemudian

diperkuat dengan penelitian terdahulu sebagai rujukan bagi penulis melakukan penelitian. Sebagai pelengkap, kerangka pemikiran dicantumkan berupa alur penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

- c. Bab III, didalamnya tercantum uraian mengenai metode penelitian yang akan digunakan penulis dalam mengupas permasalahan. Mulai dari pendekatan, metode, penentuan informan, teknik pengumpulan data, pengolahan dan analisis data hingga validitas data.
- d. Bab IV, bagian ini menyajikannya hasil penelitian dan pembahasan setelah penulis mendapatkan data di lapangan. Data yang di dapat diolah menggunakan metode penelitian yang sebelumnya sudah dijelaskan di bab III hingga mendapatkan hasil yang memuaskan.
- e. Bab V, kesimpulan dan saran tercantum dalam bagian ini, dimana rangkuman dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis yang kemudian dilengkapi dengan saran bagi peneliti dikemudian hari maupun bagi instansi, lembaga ataupun aktor yang ada dalam penelitian tersebut.