

Komunikasi Pemasaran Politik Politisi Perempuan Petahana Dalam Budaya Matrilineal Pada Anggota DPRD Kabupaten Pesisir Selatan Provinsi Sumatera Barat = Women Incumbents' Political Marketing Communication in Matrilineal Society at Pesisir Selatan Regional Representative Council

Fitri Handayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920537488&lokasi=lokal>

Abstrak

Menjadi politisi perempuan petahana dalam budaya matrilineal tidak memberikan hak istimewa bagi perempuan untuk terjun di bidang politik. Memahami cara politisi perempuan petahana mempertahankan jabatannya adalah topik yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini mengeksplorasi strategi komunikasi pemasaran politik yang digunakan oleh politisi perempuan petahana dalam budaya matrilineal di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Pesisir Selatan, Provinsi Sumatera Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivis, pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa tidak ada batasan terhadap partisipasi mereka di ranah publik, termasuk politik meskipun budaya matrilineal menekankan garis keturunan dan mendorong perempuan untuk fokus pada ranah privat. Politisi perempuan menghadapi tantangan dalam memenangkan suara ketika menggunakan pendekatan komunikasi pemasaran politik konvensional. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan pendekatan komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication*; IMC) yang berbasis riset pasar untuk beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa riset khalayak politik memungkinkan politisi perempuan untuk mengembangkan program berkelanjutan seperti program Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pelatihan *soft skill* untuk perempuan, dan program kewirausahaan untuk perempuan dan penyandang disabilitas. Dengan menerapkan strategi IMC, politisi perempuan membangun hubungan timbal balik dengan konstituen, yang mengarah pada komunikasi dari mulut ke mulut dan menjaga loyalitas audiens politik. Selain itu, politisi perempuan terlibat langsung dengan masyarakat melalui kegiatan seperti sosialisasi, pelatihan, pendampingan, diskusi kelompok terfokus, dan keterlibatan masyarakat. Mereka juga memanfaatkan platform media seperti baliho dan spanduk untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Pada akhirnya, studi ini menunjukkan bahwa politisi perempuan dapat dipilih oleh masyarakat jika mereka benar-benar menunjukkan kemampuannya dalam mewakili aspirasi masyarakat, sama seperti politisi laki-laki.

.....Female incumbent politicians in a matrilineal culture do not possess privileged rights to engage in politics. Understanding how they successfully retain their positions is an interesting and distinct research topic. This study explores the political marketing communication strategies used by female incumbent politicians in the matrilineal culture at the Regional People's Representative Council (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah; DPRD) of Pesisir Selatan Regency, West Sumatra Province. The study utilizes a qualitative descriptive case study approach with a constructivist paradigm, collecting data through in-depth interviews. The research findings reveal that while the matrilineal culture emphasizes lineage and encourages women to focus on the private sphere, there are no restrictions on their participation in the public sphere, including politics. Female politicians face challenges in winning votes when employing conventional political

marketing communication approaches. To address this, an integrated marketing communication (IMC) approach based on market research is necessary to adapt to community needs. The research shows that political audience research has enabled female politicians to develop sustainable programs such as Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) cooperative programs, soft skills training for women, and entrepreneurship programs for women and people with disabilities. This demonstrates how women prove their ability to fulfill responsibilities and attract votes. By implementing IMC strategies, female politicians build mutual relationships with constituents, leading to word-of-mouth communication and maintaining political audience loyalty. Additionally, female politicians engage directly with the community through activities like socialization, training, mentoring, focus group discussions, and community involvement. They also utilize media platforms such as billboards and banners to disseminate information to the wider public. Ultimately, the study suggests that female politicians can be chosen by society if they genuinely demonstrate their ability to represent the aspirations of the people, just like their male counterparts.