

ISSN 1829-8001

Terakreditasi Nomor: 10/E/KPT/2019



Jurnal Penelitian

POLITIK

Vol.16, No.1, Juni 2019

DINAMIKA SOSIAL POLITIK MENJELANG PEMILU SERENTAK 2019

- Penguatan Sistem Presidensial dalam Pemilu Serentak 2019
- Upaya Mobilisasi Perempuan Melalui Narasi Simbolik 'Emak-Emak dan Ibu Bangsa' Pada Pemilu 2019
- Netralitas Polri Menjelang Pemilu Serentak 2019
- Populisme di Indonesia Kontemporer: Transformasi Persaingan Populisme dan Konsekuensinya dalam Dinamika Kontestasi Politik Menjelang Pemilu 2019
- Demokrasi dan Pemilu Presiden 2019
- Menelaah Sisi Historis Shalawat Badar: Dimensi Politik dalam Sastra Lisan Pesantren

REVIEW BUKU

- Penataan Demokrasi dan Pemilu di Indonesia Pasca Reformasi

Jurnal Penelitian
Politik

Vol. 16

No. 1

Hlm. 1-110

Jakarta,
Juni 2019

ISSN
1829-8001



Jurnal Pusat Penelitian Politik-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2Politik-LIPI) merupakan media pertukaran pemikiran mengenai masalah-masalah strategis yang terkait dengan bidang-bidang politik nasional, lokal, dan internasional; khususnya mencakup berbagai tema seperti demokratisasi, pemilihan umum, konflik, otonomi daerah, pertahanan dan keamanan, politik luar negeri dan diplomasi, dunia Islam serta isu-isu lain yang memiliki arti strategis bagi bangsa dan negara Indonesia.

P2Politik-LIPI sebagai pusat penelitian milik pemerintah, dewasa ini dihadapkan pada tuntutan dan tantangan baru, baik yang bersifat akademik maupun praktis kebijakan, khususnya yang berkaitan dengan persoalan dengan otonomi daerah, demokrasi, HAM dan posisi Indonesia dalam percaturan regional dan internasional. Secara akademik, P2Politik-LIPI dituntut menghasilkan kajian-kajian unggulan yang bisa bersaing dan menjadi rujukan ilmiah, baik pada tingkat nasional maupun internasional. Sementara secara moral, P2Politik-LIPI dituntut untuk memberikan arah dan pencerahan bagi masyarakat dalam rangka membangun Indonesia baru yang rasional, adil, dan demokratis. Karena itu, kajian-kajian yang dilakukan tidak semata-mata berorientasi praksis kebijakan, tetapi juga pengembangan ilmu-ilmu pengetahuan sosial, khususnya perambahan konsep dan teori-teori baru ilmu politik, perbandingan politik, studi kawasan dan ilmu hubungan internasional yang memiliki kemampuan menjelaskan berbagai fenomena sosial-politik, baik lokal, nasional, regional, maupun internasional.

Mitra Bestari

Prof. Dr. Syamsuddin Haris (*Ahli Kajian Kepartaian, Pemilu, dan Demokrasi*)
Prof. Dr. R. Siti Zuhro, MA (*Ahli Kajian Otonomi Daerah dan Politik Lokal*)
Dr. Lili Romli (*Ahli Kajian Pemilu dan Kepartaian*)
Drs. Hamdan Basyar, M.Si (*Ahli Kajian Timur Tengah dan Politik Islam*)
Dr. Sri Nuryanti, MA (*Ahli Kepartaian dan Pemilu*)
Dr. Kurniawati Hastuti Dewi, S.IP, M.A. (*Ahli Gender dan Politik*)
Dr. Ganewati Wuryandari, MA (*Ahli Kajian Hubungan Internasional*)
DR. Yon Machmudi, M.A (*Ahli Studi Islam dan Timur Tengah*)
Dr. Sri Budi Eko Wardani, M.Si (*Ahli kepemiluan dan kepartaian*)

**Penanggung Jawab
Pemimpin Redaksi**

Kepala Pusat Penelitian Politik LIPI
Esty Ekawati, S.IP., M.IP

Dewan Redaksi

Prof. Dr. Firman Noor, M.A (*Ahli Kajian Pemikiran Politik, Pemilu dan Kepartaian*)
Moch. Nurhasim, S.IP., M.Si (*Ahli Kajian Pemilu dan Kepartaian*)
Dra. Sri Yanuarti (*Ahli Kajian Konflik dan Keamanan*)
Drs. Heru Cahyono (*Ahli Kajian Politik Lokal*)

Redaksi Pelaksana

Dra. Awani Irewati, MA (*Ahli Kajian ASEAN dan Perbatasan*)
Indriana Kartini, MA (*Ahli Kajian Dunia Islam dan Perbandingan Politik*)

Sekretaris Redaksi

Dini Rahmiati, S.Sos., M.Si
Sutan Sorik, SH

Produksi dan Sirkulasi

Adiyatnika, A.Md
Prayogo, S.Kom
Anggih Tangkas Wibowo, ST., MMSi

Alamat Redaksi

Pusat Penelitian Politik-LIPI, Widya Graha LIPI, Lantai III & XI
Jl. Jend. Gatot Subroto No. 10 Jakarta Selatan 12710
Telp/Faks. (021) 520 7118, E-mail: penerbitan.p2p@gmail.com
Website: www.politik.lipi.go.id | <http://ejournal.politik.lipi.go.id/index.php/jpp>

ISSN

p-: 1829-8001, e: 2502-7476

Terakreditasi Kemeristek Dikti Nomor 10/E/KPT/2019

DAFTAR ISI

Daftar Isi	i
Catatan Redaksi	iii
Artikel	
• Penguatan Sistem Presidensial dalam Pemilu Serentak 2019 Efriza	1–15
• Upaya Mobilisasi Perempuan melalui Narasi Simbolik ‘Emak-Emak dan Ibu Bangsa’ Pada Pemilu 2019 Luky Sandra Amalia	17–33
• Netralitas Polri menjelang Pemilu Serentak 2019 Sarah Nuraini Siregar	35–46
• Populisme di Indonesia Kontemporer: Transformasi Persaingan Populisme dan Konsekuensinya dalam Dinamika Kontestasi Politik Menjelang Pemilu 2019 Defbry Margiansyah	47–68
• Demokrasi dan Pemilu Presiden 2019 R. Siti Zuhro	69–81
• Menelaah Sisi Historis Shalawat Badar: Dimensi Politik dalam Sastra Lisan Pesantren Dhurorudin Mashad	83–99
Review Buku	
• Penataan Demokrasi dan Pemilu di Indonesia Pasca Reformasi Sutan Sorik	101–107
Tentang Penulis	109–110

CATATAN REDAKSI

Pemilihan umum serentak (pemilu serentak) yang diselenggarakan tahun 2019 di Indonesia merupakan pemilu pertama di mana pemilihan presiden dan wakil presiden (pilpres) dilaksanakan bersamaan dengan pemilihan anggota legislatif (pileg). Oleh karena itu, menarik untuk melihat dinamika sosial politik yang terjadi pra-pemilu 2019.

Jurnal Penelitian Politik nomor ini menyajikan 6 artikel yang membahas topik-topik yang terkait dengan isu elektoral. Artikel pertama yang ditulis oleh Efriza, “Penguatan Sistem Presidensial dalam Pemilu Serentak 2019,” mencoba menjelaskan mengenai dinamika koalisi dalam pemerintahan Presiden Joko Widodo dan sekaligus menjelaskan upaya koalisi dalam pemilu serentak 2019. Tulisan ini juga membahas mengenai penerapan sistem presidensial yang dapat dikatakan ada kelemahan karena diterapkannya sistem multipartai. Disamping itu, tulisan ini mengkritisi ketiadaan perubahan besar dari diterapkannya sistem pemilihan umum serentak 2019, yang disebabkan oleh masih diterapkannya presidential threshold dan masih lemahnya pelembagaan partai politik itu sendiri, sehingga pola koalisi yang dibangun oleh kedua pasangan calon presiden tetap bersifat pragmatis semata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemilu Serentak 2019 membawa harapan terjadinya *coattail effect*, sehingga terjadi peningkatan dukungan politik di legislatif terhadap pemerintahan yang terpilih nantinya. Hal ini menunjukkan terjadinya penguatan terhadap sistem presidensial karena dukungan memadai di legislatif.

Artikel berikutnya, “Upaya Mobilisasi Perempuan Melalui Narasi Simbolik ‘Emak-Emak Dan Ibu Bangsa’ Pada Pemilu 2019”. Artikel yang ditulis oleh Luky Sandra Amalia ini membahas upaya mobilisasi suara perempuan dilakukan melalui penyematkan label ‘emak-emak’ dan ‘ibu bangsa’. Emak-emak adalah

sebutan bagi perempuan pendukung paslon penantang sedangkan ibu bangsa merupakan panggilan untuk perempuan yang berada di barisan kubu petahana. Tulisan ini berpendapat bahwa label emak-emak maupun ibu bangsa yang disematkan oleh kedua kubu capres-cawapres kepada pemilih perempuan hanya sebatas narasi simbolis untuk memobilisasi suara perempuan yang mencapai lebih separoh jumlah pemilih. Tidak ada yang lebih konkrit dari yang lain, kedua istilah tersebut sama-sama mendomestikasi peran perempuan. Melalui label emak-emak maupun ibu bangsa, kedua kubu seolah menegaskan bahwa perempuan harus menjadi ibu/emak yang tugasnya hanya di ranah domestik. Kondisi ini tidak dapat dilepaskan dari pengaruh budaya patriarki yang masih berkembang di masyarakat.

Sementara itu, artikel “Netralitas Polri Menjelang Pemilu Serentak 2019” yang ditulis oleh Sarah Nuraini Siregar menganalisa secara khusus netralitas Polri dalam proses pemilu 2019. Terdapat dua pertimbangan atas ulasan ini. Pertama, karena Polri mengemban fungsi keamanan dan ketertiban umum dalam masyarakat; termasuk dalam hal ini menjaga keamanan pemilu 2019. Kedua, karena Polri juga memiliki fungsi preventif untuk mencegah terjadinya gangguan keamanan, khususnya menjelang pemilu. Secara umum fungsi ini dijalankan oleh setiap anggota Polri, namun secara khusus fungsi preventif berupa deteksi potensi gangguan keamanan sampai di tingkat desa melekat pada anggota Babinkamtibmas.” yang ditulis oleh

Fenomena “Populisme Di Indonesia Kontemporer: Transformasi Persaingan Populisme dan Konsekuensinya dalam Dinamika Kontestasi Politik Menjelang Pemilu 2019” ditulis oleh Defbry Margiansyah mencoba menganalisa transformasi dari persaingan populisme di dua pemilu berbeda dan konsekuensi yang ditimbulkan bagi politik elektoral, termasuk elaborasi pola-

pola kerja populisme dalam proses kontestasi politik dan faktor-faktor yang melatarbelakangi kembalinya politik populisme di Indonesia. Dengan menggunakan konsep populisme secara eklektik dan tesis penyesuaian elit, tulisan ini menunjukkan bagaimana politik populis hanya diinstrumentalisasi sebagai wahana kepentingan elit dan oligarki penyokong dengan mengesksploitasi berbagai aspek mulai dari identitas primordial, relasi klientalistik, prestasi dan personality kandidat secara pragmatis, tetapi tidak memberikan prospek yang lebih besar bagi transformasi politik dan pendalaman demokrasi secara substansial kedepannya.

Artikel selanjutnya membahas tentang “Demokrasi dan Pemilu Presiden 2019” yang ditulis oleh R. Siti Zuhro yang membahas tantangan konsolidasi demokrasi dalam pemilu presiden (pilpres) 2019. Pembangunan demokrasi Indonesia sebagaimana tercermin dari pilpres masih mengalami banyak masalah. Pendalaman demokrasi belum terwujud dengan baik karena pilar-pilar demokrasi yang menjadi faktor penguat konsolidasi demokrasi belum efektif. Pilpres 2019 belum mampu menghasilkan suksesi kepemimpinan yang baik dan belum mampu pula membangun kepercayaan publik. Hal tersebut bisa dilihat dari munculnya kerusuhan sosial setelah pengumuman hasil rekapitulasi pilpres oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Satu kandidat menolak hasil pemilu. Adalah jelas pilpres belum selesai. Sekarang Mahkamah Konstitusi (MK) menjadi penentu akhir hasil pilpres karena dua kandidat mengklaim sebagai pemenang pilpres.

Artikel selanjutnya membahas mengenai “Menelaah Sisi Historis Shalawat Badar : Dimensi Politik Dalam Sastra Lisan Pesantren” ditulis oleh Dhuroruddin Mashad. Tulisan ini membahas mengenai tradisi lisan pesantren salah satunya Shalawat Badar yang ternyata memperlihatkan karakteristiknya yang beda, yakni tampil kental dengan nuansa politik. Shalawat ini acapkali dijadikan sarana mobilisasi kaum santri dalam berbagai kontestasi politik. Realitas ini menjadi bukti bahwa entitas Shalawat Badar kenyataannya merupakan manifestasi dari relasi antara sastra – agama - politik. Naskah

ini dimaksud untuk melakukan rekonstruksi historis tentang konteks politik ketika Shalawat Badar lahir, menelusuri akar penyebab shalawat ini menjadi kental dengan nuansa politik, serta alasan di balik realitas politik bahwa Shalawat ini akhirnya menjadi dipakai sebagai sarana mobilisasi kaum santri.

Pada penerbitan kali ini kami juga menghadirkan *review* buku karya Ni'matul Huda dan M. Imam Nasef, “Penataan Demokrasi & Pemilu di Indonesia Pasca Reformasi”. *Review* yang ditulis Sutan Sorik mengulas buku yang ditulis oleh Ni'matul Huda dan M. Imam Nasef tentang Demokrasi dan Pemilu di Indonesia Pasca Reformasi. Ulasan berfokus pada tiga hal yaitu tentang dinamika pelaksanaan demokrasi dan pemilu di Indonesia dengan batasan pasca reformasi, baik dari segi aspek normatif maupun empiris, bagaimana desain sistem penyelenggaraan pemilu, serta bagaimana pemecahan dan harapan untuk masa depan demokrasi dan kelembagaan penyelenggara pemilu agar mampu meng-*upgrade* demokrasi yang sedang dibangun. Walaupun ada kritik untuk buku ini tentang belum mengupas persoalan sumber daya manusia (SDM) yang memengaruhi performa lembaga-lembaga yang menjalankan demokrasi dan pemilu, akan tetapi ulasan ini sepakat dengan penulis bahwa masih perlu adanya penataan demokrasi dan pemilu di Indonesia.

Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada para mitra bestari dan dewan redaksi yang telah memberikan komentar atas semua naskah artikel yang masuk untuk penerbitan nomor ini. Redaksi berharap hadirnya *Jurnal Penelitian Politik* nomor ini dapat memberikan manfaat baik bagi diskusi maupun kajian mengenai isu-isu atau dinamika social politik yang terjadi menjelang pemilu 2019. Selamat membaca.

Redaksi

UPAYA MOBILISASI PEREMPUAN MELALUI NARASI SIMBOLIK 'EMAK-EMAK DAN IBU BANGSA' PADA PEMILU 2019

EFFORTS TO MOBILIZE WOMEN THROUGH SYMBOLIC NARRATIVES 'EMAK-EMAK AND IBU BANGSA' IN THE 2019 ELECTION

Luky Sandra Amalia

Pusat Penelitian Politik, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia

Email: sandra_thok@yahoo.com

Diterima: 16 April 2019; Direvisi: 6 Mei 2019; Disetujui: 26 Juni 2019

Abstract

Women who occupied more than half of the electorate are big voting targets targeted by the two pairs of presidential and vice-presidential candidates competing in the 2019 Concurrent Election. Efforts to mobilize women's voices were carried out through embedding labels "emak-emak (mothers)" and "ibu bangsa (mother of the nation)". 'Emak-emak' is the term for women supporting the challenger candidate pair while the 'ibu bangsa' is a call for women in the ranks of incumbents. This paper argues that label of emak-emak and ibu bangsa that are pinned by the two presidential and vice-presidential camps to women voters are limited to symbolic narratives to mobilize women's votes. There is nothing more concrete than others, both terms are domesticating the role of women. Through the emak-emak and ibu bangsa label, both sides as if to confirm that women should become mothers whose duties are only in the domestic sphere. This condition could not be separated from a patriarchal culture still exists in the community. In addition, the limited access to information for women coupled with a political party platform that is not gender sensitive places women as campaign objects that can be used to attract other women's votes by using a shared identity as women.

Keywords: women, election, emak-emak, ibu bangsa

Abstrak

Perempuan yang menempati separoh lebih jumlah pemilih merupakan target suara besar yang disasar oleh dua pasangan calon presiden dan wakil presiden yang berkompetisi pada Pemilu Serentak 2019 ini. Upaya mobilisasi suara perempuan dilakukan melalui penyematkan label 'emak-emak' dan 'ibu bangsa'. Emak-emak adalah sebutan bagi perempuan pendukung paslon penantang sedangkan ibu bangsa merupakan panggilan untuk perempuan yang berada di barisan kubu petahana. Tulisan ini berpendapat bahwa label emak-emak maupun ibu bangsa yang disematkan oleh kedua kubu capres-cawapres kepada pemilih perempuan hanya sebatas narasi simbolis untuk memobilisasi suara perempuan yang mencapai lebih separoh jumlah pemilih. Tidak ada yang lebih konkrit dari yang lain, kedua istilah tersebut sama-sama mendomestikasi peran perempuan. Melalui label *emak-emak* maupun *ibu bangsa*, kedua kubu seolah menegaskan bahwa perempuan harus menjadi ibu/emak yang tugasnya hanya di ranah domestik. Kondisi ini tidak dapat dilepaskan dari pengaruh budaya patriarki yang masih berkembang di masyarakat. Selain itu, terbatasnya akses informasi bagi perempuan ditambah dengan platform parpol yang belum sensitif gender menempatkan perempuan sebagai obyek kampanye yang dapat dimanfaatkan untuk menarik dukungan suara pemilih perempuan lain dengan memanfaatkan identitas bersama sebagai perempuan.

Kata kunci: perempuan, pemilu, emak-emak, ibu bangsa

Pendahuluan

Perempuan yang menempati separoh lebih jumlah pemilih merupakan salah satu target suara besar yang disasar oleh dua pasangan calon (paslon) presiden dan wakil presiden (capres-cawapres) yang berlaga pada Pemilihan Umum (Pemilu) Serentak 2019 ini. Kedua pasangan capres-cawapres berlomba mendekati pemilih perempuan sejak awal pencalonannya. Bahkan, kedua kubu memiliki sebutan yang berbeda untuk mengidentifikasi perempuan yang berpihak pada kelompoknya. Kubu penantang menyematkan sebutan ‘*emak-emak*’ kepada perempuan yang mendukungnya.¹ Sementara itu, kubu petahana tidak mau kalah dengan memberikan panggilan ‘ibu bangsa’ kepada perempuan yang ada di barisannya.²

Sayangnya, penyebutan tersebut hanya sebatas aksi simbolis yang dilakukan oleh masing-masing pasangan capres-cawapres tersebut. Penyebutan *emak-emak* dan ibu bangsa, selain untuk mengidentifikasi perempuan pendukungnya, sejauh ini belum ada upaya dari kedua kontestan untuk menempatkan perempuan pada peran penting dalam berdemokrasi. Kedua pasangan calon belum menunjukkan narasi konkrit sebagai jalan keluar untuk mengatasi persoalan perempuan. Alih-alih memperjuangkan aspirasi perempuan, kedua kontestan malah sibuk berbalas pantun bahwa penyebutan ibu bangsa lebih baik dari pada *emak-emak* dan sebaliknya.

Dengan menggunakan metode kualitatif, tulisan ini akan membahas mengenai upaya yang dilakukan pasangan capres dan cawapres pemilu 2019 dalam memanfaatkan narasi *emak-emak* dan ibu bangsa untuk memobilisasi dukungan. Sebelum mendiskusikan pandangan kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden terhadap pemilih perempuan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, tulisan ini terlebih

dahulu membahas tentang narasi simbolik *emak-emak* maupun ibu bangsa sebagai upaya yang digunakan kedua kubu paslon dan tim suksesnya sejak awal masa kampanye Pemilu 2019. Penulis berpendapat bahwa label *emak-emak* maupun ibu bangsa yang disematkan oleh tim sukses capres-cawapres kepada pemilih perempuan hanya sebatas narasi simbolis untuk memobilisasi suara perempuan yang mencapai lebih separoh jumlah pemilih.

Pemilu, Kampanye dan Pemilih Perempuan

Pemilu 2019 merupakan momentum penting dalam sejarah perkembangan demokrasi di Indonesia. Untuk pertama kalinya pemilihan presiden dan wakil presiden (pemilu presiden/pilpres) dilaksanakan secara bersamaan dengan pemilihan anggota legislatif.³ Berbeda dengan tiga kali pemilu presiden sebelumnya yang pelaksanaannya mengikuti pemilu legislatif, tahun ini pemilu presiden justru mendominasi hajatan demokrasi lima tahunan tersebut. Pemilu legislatif tidak lagi menjadi prasyarat pemilu presiden⁴, justru sebaliknya, pemilu presiden diprediksi akan mempengaruhi hasil pemilu legislatif melalui elemen efek ekor jas (*coattail effect*)⁵. Dalam konteks pemilu serentak analogi ini merujuk pada harapan bahwa calon presiden terpilih akan memenangkan partai politik pengusungnya.

Persoalannya, pada pemilu serentak pertama sepanjang sejarah pemilu Indonesia ini, ambang batas pencalonan presiden masih diberlakukan. Terlepas dari kontroversi yang menyertainya, Pemilu Serentak 2019 mensyaratkan 25% perolehan kursi Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) atau 20% suara sah nasional hasil Pemilu Legislatif 2014 bagi partai politik atau gabungan parpol yang hendak mengusung calon presiden dan wakil

¹ Bimo Wiwoho, “Sandiaga: Kami Berjuang Untuk Partai Emak-Emak”, 10 Agustus 2018, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180810145520-32-321261/sandiaga-kami-berjuang-untuk-partai-emak-emak>, diakses pada 20 Agustus 2018.

² Dessy Suciati Saputri, “Jokowi: Jadilah Ibu Bangsa Wahai Perempuan Indonesia”, 14 September 2018, <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/18/09/14/pf1wsb377-jokowi-jadilah-ibu-bangsa-wahai-perempuan-indonesia>, diakses pada 11 Desember 2018.

³ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2007 tentang Pemilihan Umum

⁴ Syamsuddin Haris, “Format Pemilihan Umum Presiden”, dalam Luky Sandra Amalia (Ed), *Evaluasi Pemilihan Presiden Langsung di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hlm. 171.

⁵ D. Samuels, “Concurrent Elections, Discordant Results: Presidentialism, Federalism, and Governance in Brazil”, *Comparative Politics*, 33, (Okt. 2000), hlm. 4.

presiden.⁶ Bertolak dari hasil pemilu legislatif lima tahun lalu, tidak ada satu parpol pun yang bisa mencalonkan presiden dan wakilnya tanpa berkoalisi dengan partai lain. Partai Demokrasi Indonesia (PDI Perjuangan) sebagai partai pemenang Pemilu 2014 hanya berhasil mengumpulkan 18,95% suara.⁷

Akibatnya, pada Pilpres 2019 hanya terdapat dua pasangan calon presiden dan wakilnya yang diusung oleh dua kubu koalisi parpol. Di satu sisi, capres petahana –Joko Widodo– yang berpasangan dengan KH Ma'ruf Amin diusung oleh Koalisi Indonesia Kerja. Koalisi ini terdiri dari sembilan parpol yaitu PDI Perjuangan, Golongan Karya (Golkar), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Nasional Demokrat (NasDem), Hati Nurani Rakyat (Hanura), Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI), Partai Solidaritas Indonesia (PSI), dan Persatuan Indonesia (Perindo).⁸ Di sisi lain, Koalisi Indonesia Adil Makmur yang terdiri atas empat parpol, yaitu Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Amanat Nasional (PAN) dan Partai Demokrat, mengusung pasangan calon Prabowo Subijanto-Sandiaga Salahuddin Uno.⁹

Karena paslonnya hanya dua, maka kompetisi semakin ketat. Kedua kubu melakukan berbagai upaya untuk meraup suara sebanyak-sebanyaknya untuk memenangkan pilpres. Kedua paslon dan tim kampanyenya juga berlomba meraih simpati kelompok pemilih besar yang salah satunya

perempuan. Pemilih perempuan yang menempati lebih separoh jumlah pemilih menjadi target kemenangan bagi kedua paslon.¹⁰ Meskipun demikian, paslon dan tim suksesnya seolah hanya menjadikan pemilih perempuan sebagai obyek kampanye. Alih-alih menawarkan narasi konkrit menyelesaikan persoalan perempuan, paslon hanya menyematkan label kepada pemilih perempuan, yaitu *'emak-emak'* di pihak Prabowo-Sandi dan *'ibu bangsa'* di kubu Jokowi-Ma'ruf. Penyebutan ini untuk mengidentifikasi perempuan yang berpihak pada kelompoknya.

Kampanye pemilu sejatinya merupakan kesempatan bagi pemilih untuk mengumpulkan informasi berharga yang dapat digunakan untuk menentukan pilihan. Kampanye berperan untuk mengurangi ketidakpastian terhadap kandidat. Ketika kampanye menekankan pada karakteristik kandidat seperti posisi politik calon terhadap isu tertentu, maka kampanye memudahkan pemilih untuk mengidentifikasi kandidat yang paling beralienasi dengan preferensinya.¹¹ Melalui kampanye, pemilih mengukur posisi kebijakan peserta pemilu, baik paslon maupun parpol. Sebaliknya, kandidat maupun parpol juga ingin meyakinkan pemilih dengan menunjukkan keberpihakannya terhadap isu-isu yang diyakini dapat mengantarkannya kepada kemenangan.¹²

Meskipun paslon gagal menawarkan kebijakan baru atau parpol gagal meyakinkan pemilih dengan kebijakan terbaiknya, kampanye masih bisa mengubah pilihan pemilih. Selain menekankan pada karakteristik kandidat, kampanye juga mempengaruhi pertimbangan pemilih melalui *priming* isu. *Priming* isu memberikan penekanan pada beberapa pertimbangan saja dan mengabaikan yang lain.¹³ Karena kampanye dapat mempengaruhi perilaku

⁶ Ihsanuddin, "Melihat Peta Politik Pilpres 2019 Pascaputusan MK soal "Presidential Threshold"", 11 Januari 2018, <https://nasional.kompas.com/read/2018/01/11/16080101/melihat-peta-politik-pilpres-2019-pascaputusan-mk-soal-presidential?page=all>, diakses pada 1 Januari 2019.

⁷ Dani Prabowo, "Disahkan KPU, Ini Perolehan Suara Pemilu Legislatif 2014", 9 Mei 2014 <https://nasional.kompas.com/read/2014/05/09/2357075/Disahkan.KPU.Ini.Perolehan.Suara.Pemilu.Legislatif.2014>, diakses pada 20 Mei 2018.

⁸ Ramadhan Rizki, "Partai Pendukung Jokowi Deklarasikan Koalisi Indonesia Kerja", 9 Agustus 2018, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180809163733-32-320924/partai-pendukung-jokowi-deklarasikan-koalisi-indonesia-kerja>, diakses pada 29 Agustus 2018.

⁹ Redaksi, "Koalisi Indonesia Adil Makmur Lawan Koalisi Kerja Jokowi", 19 September 2018, <https://nasional.tempo.co/read/1127803/koalisi-indonesia-adil-makmur-lawan-koalisi-kerja-jokowi>, diakses pada 12 Januari 2019.

¹⁰ Luky Sandra Amalia, "Sensitivitas Gender Para Capres", 22 Februari 2019, <http://mediaindonesia.com/read/detail/213666-sensitivitas-gender-para-capres>, diakses pada 24 Februari 2019.

¹¹ Peter K. Enns dan Brian Richman, "Presidential Campaigns and the Fundamentals Reconsidered", *The Journal of Politics*, 75, (July 2013), hlm. 804.

¹² Richard Nadeau, Neil Nevitte, Elisabeth Gidengil, dan André Blais, "Election Campaigns as Information Campaigns: Who Learns What and with What Effect?", *The American Political Science Review*, (March 2001), hlm. 3.

¹³ Peter K. Enns dan Brian Richman, *Presidential Campaigns and ...*, hlm. 804.

memilih melalui *priming* masalah, maka peserta pemilu memiliki insentif untuk membuat isu yang dianggap penting oleh pemilih. Oleh karena itu, mempromosikan isu merupakan strategi rasional bagi aktor politik pelaku pemilu.¹⁴

Pilihan isu selama kampanye menjadi penting sebab setiap isu menarik pemilih. Pemilih ini kemudian dapat mempengaruhi perilaku orang lain melalui informasi yang disampaikan dalam interaksi tersebut maupun melalui tekanan kelompok dan norma sosial.¹⁵ Dalam konteks pemilu presiden, isu yang dimainkan oleh paslon dan tim suksesnya tentu bertujuan untuk memobilisasi pendukung dan membujuk pemilih yang belum menentukan pilihannya. Pada umumnya, pemilih dapat dibagi ke dalam tiga kategori utama yaitu pemilih pendukung, pemilih yang dapat dibujuk atau pemilih yang belum menentukan pilihan, dan pendukung lawan.¹⁶

Secara garis besar pemilih merujuk pada semua pihak yang menjadi tujuan utama para calon maupun parpol untuk dipengaruhi dan diyakinkan agar mendukung dan pada akhirnya memberikan suaranya kepada calon maupun parpol tersebut. Secara sederhana, tujuan dari kampanye adalah untuk memobilisasi pendukung dan membujuk pemilih yang belum menentukan pilihan supaya ikut mendukung. Pemilih pendukung sudah pasti akan memberikan suaranya dan tidak akan mengubah pilihannya sebelum hari pemungutan suara.¹⁷ Kelompok pemilih ini secara jelas mendefinisikan keterikatan mereka dengan kandidat atau partai tertentu.

Sedangkan, pemilih yang dapat dibujuk atau pemilih yang belum menentukan pilihan, sebagaimana namanya, harus diyakinkan agar memberikan suaranya. Kelompok pemilih ini tidak mengkaitkan diri pada kandidat atau parpol tertentu. Kelompok pemilih ini cenderung

‘menunggu’ kandidat maupun partai politik untuk menawarkan program kerja yang terbaik menurut mereka.¹⁸ Harapannya, kelompok pemilih ini akan memberikan suaranya pada kandidat atau parpol tersebut. Sementara itu, pemilih yang merupakan pendukung lawan akan memberikan suaranya kepada lawan dan tidak akan berubah sebelum hari H pencoblosan.¹⁹ Kelompok pemilih ini memiliki karakteristik yang kurang lebih sama dengan kelompok pemilih pendukung sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya. Karena keterbatasan waktu, uang dan tenaga serta besarnya dapil, kandidat biasanya lebih memfokuskan kampanyenya pada pendukung dan mereka yang belum memutuskan pilihan. Kecil kemungkinan kandidat membuang energinya untuk mendekati kelompok pemilih pendukung lawan.

Salah satu target pemilih besar yang disasar oleh paslon adalah perempuan. Pengalaman Amerika Latin menunjukkan bahwa elit politik cenderung mempercayai bahwa pendekatan berdasarkan identitas gender menghasilkan kepercayaan dan pada akhirnya pemilih perempuan memberikan suaranya.²⁰ Upaya mobilisasi strategis pemilih perempuan berdasarkan identitas gender melibatkan tiga taktik khusus²¹, *pertama*, melakukan pertemuan dengan kelompok-kelompok perempuan. *Kedua*, membangkitkan identitas gender perempuan. *Ketiga*, menjanjikan perubahan pro-perempuan. Upaya membangkitkan identitas gender perempuan dapat dilakukan dengan cara membangkitkan identitas mereka sebagai (calon) ibu atau korban seksisme. Sementara itu, dalam hal menjanjikan perubahan pro-perempuan, setelah menetapkan identitas gender, kemudian kandidat ataupun tim suksesnya memanfaatkan gagasan tentang nasib yang terkait yaitu gagasan bahwa nasib seseorang tergantung dalam banyak hal pada nasib kelompok mereka.

¹⁴ Audun Beyer,* Carl Henrik Knutsen, dan Bjørn Erik Rasch, “Election Campaigns, Issue Focus and Voting Intentions: Survey Experiments of Norwegian Voters”, *Scandinavian Political Studies*, 37 (April 2014), hlm. 409.

¹⁵ Xavier Gine, “Evidence from a Voter Awareness Campaign in Pakistan”, *Impact and Policy Conference*, Bangkok.

¹⁶ NDI, “Voter Contact Communicating Directly with Voters”, https://www.ndi.org/sites/default/files/Module%204_Voter%20Contact_EN.pdf.

¹⁷ NDI, *Voter Contact Communicating...*

¹⁸ NDI, *Voter Contact Communicating...*

¹⁹ NDI, *Voter Contact Communicating...*

²⁰ Reyes-Housholder, Catherine, “Women Mobilizing Women: Candidates’ Strategies for Winning the Presidency”, *Journal of Politics in Latin America*, 10, (Januari 2018), hlm. 73.

²¹ Reyes-Housholder, Catherine, *Women Mobilizing Women...*, hlm. 73.

Selain itu, mobilisasi pemilih perempuan juga bergantung pada pengaturan waktu. Jika kandidat menargetkan suara pemilih perempuan, kandidat tersebut semestinya menunjukkan keberpihakannya sejak awal masa kampanye. Hal ini penting untuk meyakinkan pemilih perempuan bahwa kandidat menjadikan mereka sebagai konstituen inti.²² Tidak dapat dipungkiri bahwa kandidat masih menjadikan pemilih sebagai obyek kampanye. Kandidat maupun partai politik biasanya beramai-ramai mendekati pemilih hanya di setiap menjelang pemilu. Tidak hanya itu, setelah memenangkan pemilu, kandidat seringkali melupakan janji dan harapan politik yang telah dijanjikan kepada pemilih. Padahal, peserta pemilu tidak akan memenangkan kompetisi politik tanpa dukungan suara pemilih.

The Power of Emak-Emak

Sebagaimana disebutkan di awal tulisan ini, kedua pasangan capres-cawapres menyematkan panggilan *emak-emak* dan ibu bangsa sebagai upaya untuk menarik simpati pemilih perempuan. Istilah *emak-emak* bukan hal baru, jauh sebelum hiruk pikuk Pilpres 2019 istilah *the power of emak-emak* sudah sering muncul di media sosial. Pada awalnya, istilah *the power of emak-emak* ini lebih sering digunakan untuk menggambarkan *emak-emak* (perempuan) yang dapat melakukan cara tidak terduga yang menyebabkan orang lain merasa kesal dengan tindakannya tersebut.²³

Istilah *the power of emak-emak* ini seringkali digunakan untuk mengomentari kelakuan perempuan yang dianggap seenaknya sendiri ketika mengendarai kendaraan bermotor. Salah satu contoh yang sering dimunculkan adalah ketika perempuan sedang mengendarai motor *matic*. *Emak-emak* ini menyalakan lampu sein sebelah kiri padahal kemudian ia membelokkan motornya ke arah kanan. Fenomena ini kemudian ramai dibicarakan di dunia maya. Dari peristiwa ini, istilah *the power of emak-emak* seolah

menimbulkan kesan bahwa perempuan kasar dan semaunya sendiri.²⁴

Terlepas dari kesan yang ditimbulkan di atas, istilah *the power of emak-emak* telah lebih dulu populer di media sosial. Oleh sebab itu, istilah *emak-emak* menjadi mudah dicerna ketika dibawa ke ranah politik sebab sebagian masyarakat sudah familiar dengan istilah tersebut. Di ranah politik, khususnya selama Pilpres 2019 ini istilah *the power of emak-emak* melekat dengan calon wakil presiden Sandiaga Uno. Sandi –demikian ia biasa disapa– memang menyebut istilah ini dengan gamblang dalam pidatonya ketika melakukan pendaftaran di Komisi Pemilihan Umum (KPU), “Ini partai *emak-emak* belum terepresentasi di sini. Kami akan berjuang untuk partai *emak-emak*”.²⁵

Gayung bersambut, ada sekelompok perempuan yang menamakan diri sebagai Partai *Emak-Emak* Pendukung Prabowo Subianto-Sandiaga Uno atau yang disingkat dengan Pepes. Pada awal didirikan, Pepes hanya tampak sebagai komunitas biasa yang tidak dikenal publik secara luas. Pepes mulai populer setelah ada video viral di media sosial yang berujung pada penangkapan oleh polisi atas tiga perempuan. Dalam video yang sempat viral tersebut mereka nampak sedang mempengaruhi masyarakat supaya tidak memberikan suaranya kepada paslon nomor urut 01 yaitu Jokowi-Ma’ruf Amin dengan disertai sejumlah alasan. Ketiga perempuan tersebut menyebutkan jika Jokowi-Ma’ruf menang, tidak ada lagi adzan, tidak ada lagi yang menggunakan kerudung, dan sesama jenis bisa menikah, yaitu perempuan bisa menikah dengan sesama perempuan, begitu juga sebaliknya laki-laki dengan laki-laki juga bisa menikah.²⁶

²² Reyes-Housholder, Catherine, *Women Mobilizing Women...*, hlm. 75.

²³ Haris Fadhil, “Kontroversi the Power of Emak-emak”, 17 September 2018, <https://news.detik.com/berita/d-4214850/kontroversi-the-power-of-emak-emak>, diakses pada 18 September 2018.

²⁴ Redaksi, “Ramai Video Emak-emak Pemotor: Lampu Sein ke Kanan Tapi Belok ke Kiri”, 4 April 2017, <https://kumparan.com/@kumparannews/ramai-video-emak-emak-pemotor-lampu-sein-ke-kanan-tapi-belok-ke-kiri>, diakses pada 5 April 2018.

²⁵ Bimo Wiwoho, *Sandiaga: Kami Berjuang...*, diakses pada 20 Agustus 2018.

²⁶ Rio Apinino, “Mengenal Pepes Partai Emak-Emak Pendukung Prabowo Sandi”, 26 Februari 2019, <https://tirto.id/mengenal-pepes-partai-emak-emak-pendukung-prabowo-sandi-dhNA>, diakses pada 28 Februari 2019.

Ketiga perempuan tersebut dituduh melanggar Pasal 14 ayat 1 Nomor 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana tentang Menyebarkan Berita Bohong dan Undang-Undang ITE atas akun @citrawida yang mempublikasikan kegiatan perempuan tersebut. Meskipun viral, Pepes menegaskan bahwa ketiga perempuan yang tertangkap tersebut bukan anggota Pepes. Ketiga perempuan itu tidak tercatat dalam data base Pepes tetapi disebutkan kemungkinan mereka simpatisan Pepes. Fadli Zon selaku penasehat Pepes menyatakan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh ketiga perempuan dalam video tersebut bukan cara kampanye Pepes. Menurut Fadli Zon, Pepes selalu menggunakan kampanye positif. Sebagai salah satu relawan Badan Pemenangan Nasional (BPN), Pepes tugasnya mengkampanyekan kebijakan ekonomi Prabowo-Sandi, pertumbuhan ekonomi, dan kurangnya lapangan kerja.

Sandiaga Uno dalam beberapa kesempatan seringkali mengkaitkan partai emak-emak ini dengan tingginya harga kebutuhan pokok. Salah satu contoh yang sempat viral di media sosial adalah ketika cawapres Prabowo Subijanto ini menyatakan bahwa uang belanja seratus ribu Rupiah hanya cukup untuk membeli bawang dan cabai. Meskipun Sandi mengaku menceritakan pengalaman seorang warga Pekanbaru yang bernama Ibu Lia, pernyataan ini sempat menuai kritik warganet.²⁷

Salah satu contoh kritik datang dari caleg PSI, Mohammad Guntur Romli yang mengunggah video di akun instagramnya ketika istrinya, Nong Andah Darol Mahmada, sedang berbelanja dengan membawa uang Rp 100.000. Dalam video tersebut, Nong menunjukkan bahwa dengan uang seratus ribu Rupiah dirinya bisa membeli berbagai kebutuhan pangan sehari-hari diantaranya ayam satu ekor seharga tiga puluh ribu Rupiah, tahu sepuluh ribu, tempe lima ribu, bawang merah dan putih sepuluh ribu, cabe dan tomat lima ribu Rupiah, beras Rp 11.500,- dan pepaya Rp 11.000,-. Itupun uang belanja Nong masih tersisa sebanyak Rp 7.500,-. Di videonya

²⁷ Delvira Hutabarat, "Sandiaga: Dolar Naik, Ibu-Ibu Belanja Rp 100 Ribu Bawa Cabai dan Bawang", 5 September 2018, <https://www.liputan6.com/pilpres/read/3636847/sandiaga-dolar-naik-ibu-ibu-belanja-rp-100-ribu-bawa-cabai-dan-bawang>, diakses pada 4 Oktober 2018.

tersebut, Guntur menambahkan komentar jika ingin mengecek harga pasar harus turun ke pasar secara langsung, "*makanya cek ke pasar, jangan telan propaganda dan kebohongan*".²⁸ Narasi-narasi terkait ranah domestik perempuan yang kemudian kerap digaungkan oleh tim kampanye paslon menjelang pemilu 2019.

Narasi Ibu Bangsa

Istilah *emak-emak* menjadi polemik ketika ada kelompok perempuan lain yang tidak sependapat. Protes disampaikan oleh Ketua Umum Kongres Wanita Indonesia (Kowani), Giwo Rubianto, dalam acara *General Assembly International Council of Women* yang ke-35 sekaligus Temu Nasional 1000 Organisasi Perempuan Indonesia. Pada pidatonya, Giwo menyatakan tidak setuju dengan penggunaan istilah *emak-emak*. Alasannya, perempuan Indonesia telah menyandang gelar ibu bangsa sejak Kongres Perempuan Indonesia yang diselenggarakan pada 84 tahun silam, sebagaimana disampaikan oleh Giwo.²⁹

*"Kami tidak mau kalau kita perempuan Indonesia yang sudah mempunyai konsep ibu bangsa sejak tahun 1935 sebelum kemerdekaan kalau dibilang emak-emak. Kami tidak setuju. Tidak ada the power of emak-emak, yang ada the power of ibu bangsa".*³⁰

Selain itu, ada beberapa alasan yang mendasari keberatan Kowani atas penggunaan istilah *emak-emak*. Pertama, istilah *emak-emak* dianggap memiliki kesan melecehkan meskipun melalui candaan, humor dan nuansa populer. Kedua, istilah *emak-emak* dinilai berpotensi mengkotak-kotakkan perempuan Indonesia sebab penyebutan sosok ibu di negeri ini berbeda-beda antardaerah. *Emak-emak* merupakan panggilan

²⁸ Redaksi, "Sandiaga Uno Sebut Rp 100 ribu Hanya Bisa Beli Bawang dan Cabai, Guntur Romli: Sandi Kamu Bohong", 7 September 2018, <http://www.tribunnews.com/nasional/2018/09/07/sandiaga-uno-sebut-rp-100-ribu-hanya-bisa-beli-bawang-dan-cabai-guntur-romli-sandi-kamu-bohong>, diakses pada 17 Oktober 2018.

²⁹ Pribadi Wicaksono, "Kowani ke Jokowi: Kami Menolak Sebutan Emak-emak untuk Perempuan", 14 September 2018, <https://nasional.tempo.co/read/1126556/kowani-ke-jokowi-kami-menolak-sebutan-emak-emak-untuk-perempuan/full&view=ok>, diakses pada 24 September 2018.

³⁰ Pribadi Wicaksono, *Kowani ke Jokowi...*

khass Betawi terhadap sosok ibu sehingga jika istilah *emak-emak* ini digunakan, maka bagaimana dengan perempuan Sunda atau Sumatera, misalnya, yang menggunakan sebutan berbeda?³¹

Setali dengan Kowani, Joko Widodo -calon presiden petahana yang hadir di acara tersebut- juga sering menggunakan istilah ibu bangsa untuk menyebut perempuan Indonesia. Hal ini sebagaimana yang disampaikan pada acara yang sama.

*“Mereka itulah yang saya maksud sebagai ibu bangsa yang mendidik anak kita sebagai penerus masa depan bangsa, yang memperbaiki mentalitas bangsa ini, yang menjaga moral keluarga dan masyarakat, yang menjaga alam untuk anak cucunya, yang menggerakkan ekonomi keluarga dan masyarakat. Mereka adalah ibu bangsa”.*³²

Dalam kesempatan lain, Jokowi –panggilan akrab Joko Widodo- juga mengutarakan hal yang sama. Jokowi menghimbau kepada perempuan Indonesia supaya menjadi ibu bangsa, “jadilah ibu bangsa wahai perempuan Indonesia”.³³ Di akun Instagramnya, Jokowi juga menyebutkan sejumlah prestasi yang dilakukan perempuan Indonesia selama masa pemerintahannya, diantaranya ada delapan menteri perempuan dalam kabinetnya dan atlet perempuan berhasil menyumbangkan sebanyak 12 dari 31 medali emas pada Asian Games 2018 lalu.³⁴

Penyebutan ibu bangsa merupakan upaya pendekatan yang dilakukan oleh kubu Jokowi-Ma’ruf untuk mendapatkan dukungan suara pemilih perempuan. Sebagaimana dijelaskan oleh

Direktur Penggalangan Pemilih Perempuan Tim Kampanye Nasional (TKN) Joko Widodo-KH Ma’ruf Amin, Ida Fauziah, istilah ibu bangsa merupakan upaya pendekatan kepada berbagai kelompok perempuan baik di perkotaan maupun perdesaan. Kepada pemilih perempuan, TKN menyampaikan rekam jejak Jokowi selama 4,5 tahun memerintah, terutama terkait isu yang dianggap dekat dengan pemilih perempuan yaitu isu kesehatan, pendidikan, dan program usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). TKN juga meyakinkan pemilih perempuan melalui program Kartu Indonesia Pintar (KIP) dan Kartu Indonesia Sehat (KIS) untuk akses pendidikan dan kesehatan.³⁵

Narasi Simbolik *Emak-Emak* dan Ibu Bangsa

Secara makna, tidak ada perbedaan signifikan antara *emak* dan ibu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *emak/mak* merupakan sebutan yang ditujukan kepada perempuan yang patut disebut ibu atau dianggap sepadan dengan ibu.³⁶ Bedanya, *emak* merupakan bahasa daerah untuk memanggil ibu atau orang tua sedangkan ibu, secara diksi, lebih formal dari *emak*.³⁷ Meskipun istilah *emak* dan ibu bangsa dinilai sama-sama menggambarkan sosok ibu, tetapi ada sebagian pihak yang menganggap penyebutan *emak-emak* mengandung makna peyoratif.

Istilah *emak-emak* dianggap mengecilkan makna perempuan. Istilah ini mengandung pengertian bahwa perempuan tidak bisa apa-apa selain menjadi *emak*. Istilah *emak-emak* ini seolah mendomestikasi peran perempuan hanya di dapur. Hal ini sejalan dengan pernyataan dari juru debat Badan Pemenangan Nasional (BPN) Prabowo-Sandi, Ahmad Riza Patria, bahwa bagi Prabowo-Sandi, perempuan adalah sosok ibu dan

³¹ Nindias Nur Khalika, “Emak-Emak Vs Ibu Bangsa, Mengapa Istilah Jadi Masalah?”, 26 September 2018, <https://tirto.id/emak-emak-vs-ibu-bangsa-mengapa-istilah-jadi-masalah-c2Cy>, diakses pada 29 September 2018.

³² Redaksi, “Jokowi: Perempuan Indonesia, Jadilah Ibu Bangsa”, 14 September 2018, <https://kumparan.com/@kumparanstyle/jokowi-perempuan-indonesia-jadilah-ibu-bangsa-1536934043567258056>, diakses pada 22 September 2018.

³³ “Redaksi, Jokowi: Perempuan Indonesia, Jadilah...”

³⁴ Qur’anul Hidayat, “Jokowi: Saya Punya 8 Menteri Perempuan, Ada yang Lembut Ada yang Galak”, 15 September 2018, <https://news.okezone.com/read/2018/09/15/337/1950894/jokowi-saya-punya-8-menteri-perempuan-ada-yang-lembut-ada-yang-galak>, diakses pada 16 September 2018.

³⁵ Abdul Rochim, “Kubu Jokowi-Ma’ruf Terus Solidkan Dukungan Pemilih Perempuan”, 24 Januari 2019, <https://nasional.sindonews.com/read/1373298/12/kubu-jokowi-maruf-terus-solidkan-dukungan-pemilih-perempuan-1548333072>, diakses pada 25 Januari 2019.

³⁶ “Lihat Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/mak>, diakses pada 25 Januari 2019.

³⁷ Redaksi, “Ibu Bangsa vs The Power of Emak-emak”, dalam <https://kumparan.com/@kumparannews/ibu-bangsa-vs-the-power-of-emak-emak-1537055700606592490>, diakses pada 16 September 2018.

sosok istri yang memahami dan mengerti akan kebutuhan rumah tangga, yang mengelola rumah tangga. Dan kalau keluarga baik, Indonesia akan baik. Jadi, kalau ingin membangun Indonesia yang baik harus mulai dari keluarga yang baik dan peran keluarga itu lebih pada sosok perempuan yang memang mengurus pendidikan, kesehatan, dan pergaulan anak yang penting bagi masa depan bangsa.³⁸ Tetapi, istilah *emak-emak* justru menjadi lebih berdaya ketika ditambahkan kata *the power of*. Idiom *the power of emak-emak* bermakna *emak-emak* yang tadinya dianggap tidak bisa apa-apa ternyata berdaya.³⁹

Penggunaan istilah *emak-emak* maupun ibu bangsa merupakan strategi paslon dan tim suksesnya untuk menarik dukungan pemilih perempuan. *Emak-emak* dan ibu bangsa merupakan narasi simbolik yang disematkan oleh kedua kubu paslon yang merujuk pada preferensi politik pemilih perempuan yang berbeda. *Emak-emak* merupakan upaya Prabowo-Sandi untuk menarik perhatian pemilih perempuan dari kelas menengah ke bawah. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, *emak-emak* adalah sebutan sosok ibu dalam masyarakat kelas bawah. Masyarakat kelas bawah ini menempati porsi paling besar dalam demografi politik negeri ini.⁴⁰ Oleh sebab itu, Prabowo-Sandi mengkaitkan sebutan *emak-emak* dengan harga kebutuhan pokok, misalnya harga cabai seperti dicontohkan di atas.⁴¹

Demikian halnya dengan istilah ibu bangsa, istilah ini juga merupakan upaya Jokowi-Ma'ruf untuk mendapatkan dukungan pemilih

perempuan. Bedanya, istilah ibu bangsa memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan istilah *emak-emak* sebab ibu bangsa disinyalir tidak merujuk pada golongan masyarakat kelas tertentu.⁴² Artinya, semua perempuan bisa menjadi ibu bangsa. Dengan memilih istilah ini, Jokowi-Ma'ruf berharap dapat merangkul semua kelompok perempuan dengan berbagai latar belakang yang pada akhirnya bersedia untuk memberikan suaranya kepada pasangan nomor urut 01 ini.

Meskipun sebagian pihak menyebutkan bahwa istilah ibu bangsa masih lebih baik daripada istilah *emak-emak*, penggunaan kedua istilah tersebut diatas seolah menempatkan perempuan sebagai obyek kampanye. Perempuan hanya dipasangi label sebagai simbol keberpihakan kedua kubu paslon. Meskipun Jokowi sempat membanggakan sejumlah menteri dan atlet perempuan selama masa pemerintahannya, narasi konkrit peran perempuan dalam pembangunan belum nampak selama masa kampanye. Bertolak dari penjelasan di atas, upaya Prabowo-Sandi maupun Jokowi-Ma'ruf untuk menarik dukungan suara pemilih perempuan juga masih dilakukan dengan cara menyematkan label kepada pemilih perempuan.

Melalui pelabelan *emak-emak* yang selalu dikaitkan dengan isu harga kebutuhan pokok, Prabowo-Sandi seakan memberi penekanan pada perempuan bahwa dunianya terbatas pada ruang domestik. Seolah tugas perempuan hanya memasak atau menyediakan makanan bagi suami. Demikian halnya dengan istilah ibu bangsa yang dinilai sebagian pihak lebih luas daripada istilah *emak-emak*. Penyematkan ibu bangsa kepada perempuan juga mengandung kesan bahwa peran perempuan hanya sebatas menjadi ibu yang tugasnya mendidik anak.⁴³ Alih-alih memberikan peluang bagi perempuan untuk mengatasi persoalan (ekonomi) bangsa ini, peran perempuan dibatasi hanya di dapur, kasur, dan sumur.

³⁸ Redaksi, "Perebutan Pemilih Perempuan Dua Kubu Capres-Cawapres Sengit", 15 September 2018, <https://nasional.sindonews.com/read/1373442/12/perebutan-pemilih-perempuan-dua-kubu-capres-cawapres-sengit-1548387590>, 25 Januari 2019.

³⁹ Haris Fadhill, "Tentang Istilah Emak-emak yang Dikritik Kowani", 17 September 2018, <https://news.detik.com/berita/d-4214750/tentang-istilah-emak-emak-yang-dikritik-kowani>, diakses pada 17 September 2018.

⁴⁰ Nindias Nur Khalika, "Emak-Emak Vs Ibu Bangsa, Mengapa Istilah Jadi Masalah?", 26 September 2018, <https://tirto.id/emak-emak-vs-ibu-bangsa-mengapa-istilah-jadi-masalah-c2Cy>, diakses pada 29 September 2018.

⁴¹ Redaksi, "Sandiaga Uno Sebut Rp 100 ribu Hanya Bisa Beli Bawang dan Cabai, Guntur Romli: Sandi Kamu Bohong", 7 September 2018, <http://www.tribunnews.com/nasional/2018/09/07/sandiaga-uno-sebut-rp-100-ribu-hanya-bisa-beli-bawang-dan-cabai-guntur-romli-sandi-kamu-bohong>, diakses pada 17 Oktober 2018.

⁴² Nindias Nur Khalika, "Emak-Emak Vs Ibu Bangsa, Mengapa Istilah Jadi Masalah?", 26 September 2018, <https://tirto.id/emak-emak-vs-ibu-bangsa-mengapa-istilah-jadi-masalah-c2Cy>, diakses pada 29 September 2018.

⁴³ Nindias Nur Khalika, *Emak-Emak Vs...*, diakses pada 29 September 2018.

Selain itu, efektifitas narasi *emek-emak* maupun ibu bangsa yang dibuat oleh kedua kubu untuk meyakinkan pemilih perempuan dapat dilihat dari hasil survei yang dirilis beberapa lembaga. Meskipun kubu Prabowo-Sandi mengaku sebagai pencetus gagasan partai *emek-emak/the power of emak-emak/emak-emak*, hasil survei beberapa lembaga justru mengunggulkan pasangan Jokowi-Ma'ruf. Ada beberapa lembaga survei yang sepanjang tahun 2019 ini merilis hasil surveinya terkait pilihan perempuan atas calon presiden dan wakil presiden, antara lain, lembaga survei Y-Publica merilis hasil surveinya pada 14 Januari 2019. Rilis yang mendasarkan pada hasil pengumpulan data yang dilakukan sejak 26 Desember 2018 hingga 8 Januari 2019 kepada 1200 responden ini menunjukkan bahwa paslon Jokowi-Ma'ruf mendominasi pilihan responden perempuan dengan angka 54,5 persen. Sedangkan, Prabowo-Sandi dipilih oleh 31,6 persen responden perempuan.⁴⁴

Sementara itu, mengenai efektifitas narasi *the power of emak-emak* dan ibu bangsa, menurut Y-Publica, kurang membumi diantara pemilih perempuan. Hasil survei menunjukkan bahwa 47,6% responden perempuan mengaku mengetahui atau pernah mendengar narasi *the power of emak-emak* dan/atau ibu bangsa. Namun, dari jumlah tersebut, sebanyak 60,7% responden perempuan mengaku aspirasinya tidak terwakili oleh kedua narasi tersebut. Padahal, isu harga kebutuhan pokok dan pemberdayaan ekonomi yang selama ini gemar dikampanyekan Sandiaga Uno menempati posisi tertinggi sebagai isu yang paling diminati oleh responden perempuan. Sebanyak 24,8% responden perempuan menyatakan harga kebutuhan pokok sebagai isu yang paling penting disusul dengan isu pemberdayaan ekonomi yang menjadi jawaban dari 18,5% responden perempuan.⁴⁵

⁴⁴ Marlinda Oktavia Erwanti, "Survei Y-Publica: Jokowi-Ma'ruf Amin 53,5%, Prabowo-Sandiaga 31,9%", 14 Januari 2019, <https://news.detik.com/berita/d-4383791/survei-y-publica-jokowi-maruf-amin-535-prabowo-sandiaga-319>, diakses pada 24 Januari 2019.

⁴⁵ Dewi Nurita, "Survei: Isu the Power of Emak-emak Sandiaga Uno Tak Populer", 14 Januari 2019, <https://pilpres.tempo.co/read/1164833/survei-isu-the-power-of-emak-emak-sandiaga-uno-tak-populer>, diakses pada 24 Januari 2019.

Semakin mendekati hari pemungutan suara, ada dua lembaga survei yang merilis hasil surveinya pada bulan Maret dan April 2019. Pertama, PolMark yang merilis hasil surveinya pada 21 Maret 2019. Sebagaimana hasil survei dua lembaga yang disebutkan sebelumnya, PolMark menyebutkan sebanyak 40,5% responden perempuan memilih Jokowi-Ma'ruf sedangkan 25% responden perempuan menjatuhkan pilihan pada Prabowo-Sandi, meskipun terdapat 34,5% responden perempuan yang belum menentukan pilihan.⁴⁶

Pada kesempatan yang sama, PolMark merinci alasan responden perempuan terhadap pasangan calon presiden dan wakil presiden. Hasilnya, sebanyak 19,8% responden perempuan menyatakan memilih capres-cawapres yang jujur, bersih dan bebas korupsi, 18,7% responden perempuan mengaku memilih paslon yang seagama. Sisanya, 15,6% responden perempuan memilih capres-cawapres yang berkepribadian baik dan layak diteladani, 12,7% responden perempuan mengaku memilih paslon yang dekat dengan warga, sisanya di bawah 10% responden memilih alasan lainnya.⁴⁷

Setelah PolMark, ada satu lembaga survei yang merilis hasil surveinya pada 3 April 2019 atau sekitar 14 hari sebelum hari pemungutan suara. Lembaga survei tersebut bernama Roy Morgan. Ini adalah lembaga survei dari Australia yang sudah 75 tahun berpengalaman melakukan survei pemilu. Proses pengumpulan data survei ini dilakukan sejak pertengahan Februari hingga pertengahan Maret 2019. Hasil survei Roy Morgan tidak berbeda jauh dengan prediksi tiga lembaga survei yang telah dijelaskan sebelumnya, meskipun besaran angkanya berbeda-beda. Menurut hasil survei Roy Morgan, paslon Jokowi-Ma'ruf masih unggul dibandingkan dengan paslon Prabowo-Sandi menurut pilihan responden perempuan. Menurut hasil survei Roy Morgan, berdasarkan jenis kelamin, elektabilitas Jokowi unggul di pemilih perempuan, naik dua persen dari bulan sebelumnya. Sehingga

⁴⁶ Muhammad Taufiqqurahman, "Survei PolMark: Suara Emak-emak Bakal Tentukan Pemenang Pilpres", 21 Maret 2019, <https://news.detik.com/berita/d-4477641/survei-polmark-suara-emak-emak-bakal-tentukan-pemenang-pilpres>, diakses pada 22 Maret 2019.

⁴⁷ Muhammad Taufiqqurahman, *Survei PolMark: Suara....*

elektabilitas Jokowi mencapai 60 persen pada bulan Maret 2019. Pada Maret, elektabilitas Prabowo sebesar 40 persen untuk pemilih perempuan.⁴⁸

Perempuan Pendulang Suara

Pemilih perempuan memiliki peran strategis dalam Pilpres 2019. Jumlah pemilih perempuan yang tercatat di Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2019 mencapai separoh lebih dari total pemilih atau lebih banyak dibandingkan dengan pemilih laki-laki.⁴⁹ Selain memiliki jumlah yang sangat besar, pemilih perempuan juga sangat potensial menjadi pendulang suara (*vote getter*) bagi pasangan capres dan cawapres.⁵⁰ Pemilih perempuan dianggap dapat mempengaruhi anggota keluarganya untuk memilih calon tertentu. Peran strategis ini nampaknya belum disadari oleh banyak pemilih perempuan. Oleh sebab itu, peran perempuan dalam Pemilu 2019, selain sebagai pendulang suara, hanya dijadikan obyek kampanye capres-cawapres beserta tim suksesnya. Perempuan belum banyak terlibat aktif merumuskan strategi kemenangan capres-cawapres yang ada.⁵¹ Hal ini, setidaknya, dapat dilihat dari postur tim sukses kedua paslon yang masih didominasi laki-laki, termasuk posisi ketua tim yang ditempati laki-laki.⁵²

Paslon belum nampak memperjuangkan aspirasi perempuan secara sungguh-sungguh. Selama masa kampanye Pemilu 2019 isu perempuan masih di permukaan. Kedua capres

masih memperdebatkan perempuan dari segi kuantitas yaitu jumlah perempuan yang menjadi pengurus di partai politik maupun yang menjadi menteri di kabinet pemerintahan. Perdebatan ini sempat muncul pada sesi pertanyaan terbuka pada debat capres-cawapres perdana yang dipicu oleh “pancingan” Jokowi yang mempersoalkan struktur Partai Gerindra yang didominasi laki-laki. Dari perdebatan itu Jokowi membanggakan postur kabinetnya yang diisi oleh sembilan menteri perempuan setelah sebelumnya menyindir partai pimpinan Prabowo yang struktur kepengurusannya didominasi pria. Prabowo pun membalas dengan menyatakan, kurang lebih, jika asal perempuan tidak perlu dibanggakan. Menurut Prabowo, perempuan itu harus cakap.⁵³

Perdebatan antara pentingnya kuantitas dan kualitas perempuan tentu tidak akan pernah berakhir sebab kedua posisi tersebut berada pada dua kutub argumen yang berbeda. Banyaknya jumlah perempuan yang menjadi menteri, misalnya, belum tentu menjamin kebijakan yang berperspektif pengarusutamaan gender. Sebaliknya, kebijakan berperspektif pengarusutamaan gender juga tidak akan terwujud jika perempuan tidak diberi kesempatan untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan di tengah iklim politik yang sangat maskulin. Lebih dari itu, persoalan yang bersentuhan langsung dengan perempuan seperti ketimpangan, perlindungan, jaminan kesehatan, reproduksi dan perkawinan anak malah hampir tidak tersentuh, kecuali sedikit pada debat terakhir.⁵⁴

Padahal, kesetaraan antara laki-laki dan perempuan sebenarnya dijamin oleh konstitusi negeri ini sejak Indonesia merdeka pada 1945. Di tingkat global, Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia Tahun 1948 Pasal 1 menyebutkan bahwa “semua manusia lahir dengan martabat dan hak yang setara.” Artinya, perempuan dan laki-laki memiliki kedudukan yang setara dalam segala bidang kehidupan, termasuk politik. Pemerintah Indonesia bahkan telah meratifikasi Konvensi Penghapusan Segala

⁴⁸ Redaksi, “Survei Roy Morgan: Jokowi Unggul di Pemilih Perempuan, Sementara Pemilih Laki-laki Prabowo Naik”, 3 April 2019, <http://www.tribunnews.com/2019/04/03/survei-roy-morgan-jokowi-unggul-di-pemilih-perempuan-sementara-pemilih-laki-laki-prabowo-naik>, diakses pada 4 April 2019.

⁴⁹ Redaksi, “Suara Perempuan Sangat Menentukan Pilpres 2019”, 10 Desember 2018, <https://nasional.sindonews.com/read/1361477/12/suara-perempuan-sangat-menentukan-pilpres-2019-1544422905>, diakses pada 10 Desember 2018.

⁵⁰ Redaksi, “Suara Perempuan Sangat...”

⁵¹ Redaksi, “Suara Perempuan Sangat...”

⁵² Lihat Niken Widya Yunita, “6 Fakta Djoko Santoso, Ketua BPN Prabowo”, 15 Januari 2019, <https://news.detik.com/berita/d-4386048/6-fakta-djoko-santoso-ketua-bpn-prabowo>, diakses pada 17 Januari 2019; dan Ray Jordan, “Dipimpin Erick Thohir, Ini Susunan Lengkap Timses Jokowi-Ma’ruf”, 8 September 2018, <https://news.detik.com/berita/d-4202921/dipimpin-erick-thohir-ini-susunan-lengkap-timses-jokowi-maruf>, 8 Oktober 2018.

⁵³ Luky Sandra Amalia, *Sensitivitas Gender Para...*

⁵⁴ Luky Sandra Amalia, *Sensitivitas Gender Para...*

Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan (Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women/CEDAW) sejak 35 tahun yang lalu. Kesetaraan gender juga dijamin dalam Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang HAM. Di samping itu, sejak 19 tahun yang lalu pemerintah telah mencanangkan kebijakan pengarusutamaan gender melalui Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2000. Aturan ini mensyaratkan perspektif gender di dalam semua kebijakan dan program pembangunan nasional.

Selain dari program kerja selama kampanye, keberpihakan capres-cawapres terhadap perempuan juga dapat diukur melalui lima kali debat capres-cawapres yang diselenggarakan oleh KPU.⁵⁵ Debat perdana calon presiden (capres) dan wakil presiden (cawapres) memang tidak mengangkat tema khusus gender, tetapi kesetaraan gender tidak dapat dipisahkan dari isu hak-hak asasi manusia (HAM) yang menjadi salah satu subtema debat tersebut.

Subtema debat capres kedua yang mengangkat isu energi, pangan, infrastruktur, sumber daya alam, dan lingkungan hidup berdampak pada kehidupan perempuan. Subtema ini memang terdengar maskulin dan menempatkan perempuan seolah-olah hanya sebagai penerima manfaat. Padahal, pada subtema energi, misalnya, akses terhadap energi sangat penting bagi perempuan. Ketersediaan listrik dapat mengurangi pekerjaan yang dibebankan kepada perempuan, seperti mengumpulkan air dan kayu bakar, sekaligus menghemat waktu, sehingga perempuan bisa menggunakan lebih banyak waktunya untuk kegiatan yang produktif.

Berbeda dengan subtema debat kedua yang maskulin, subtema debat ketiga mengusung isu pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, sosial dan budaya yang sangat dekat dengan perempuan dan anak. Harus diakui dalam masyarakat berbudaya patriarki seperti Indonesia, perempuan seringkali mengalami subordinasi dan beban kerja ganda. Pendidikan tinggi masih menjadi kemewahan bagi perempuan di daerah. Di banyak tempat perempuan juga menerima upah lebih rendah dibandingkan rekan kerjanya yang laki-

laki. Budaya patriarki juga membuka peluang pernikahan anak di bawah umur.

Debat keempat kembali mengangkat subtema yang hampir identik dengan laki-laki, yaitu ideologi, pemerintahan, keamanan, dan hubungan internasional. Stereotip perempuan sebagai makhluk yang lemah lembut menjadikan perempuan terpinggirkan dalam bidang pemerintahan dan keamanan, termasuk dalam kaitannya dengan hubungan internasional. Dengan perspektif pengarusutamaan gender, pemerintah bisa membuka peluang bagi lebih banyak perempuan untuk menjadi aktor politik, pemerintahan, keamanan, dan bahkan dunia internasional.

Berbeda dengan empat debat sebelumnya, debat kelima capres-cawapres memunculkan pertanyaan mengenai ketimpangan ekonomi dan perempuan. Namun demikian, lagi-lagi jawaban kedua paslon hanya menyentuh permukaan. Pasangan Jokowi-Ma'ruf masih membanggakan keberhasilan 4,5 tahun pemerintahannya melalui program kredit perempuan disamping program KIP dan KIS. Jokowi mengklaim bahwa kinerja pemerintahannya selama 4,5 tahun terakhir telah memberdayakan ekonomi perempuan di tingkat komunitas. Sementara itu, paslon penantang malah menawarkan sejumlah rencana program pemberdayaan ekonomi perempuan di tingkat keluarga. Selain itu, beberapa rencana program yang ditawarkan malah telah dikerjakan pemerintahan Jokowi-Jusuf Kalla (JK), seperti kredit khusus perempuan.

Pada subtema debat terakhir yang mengangkat isu ekonomi, kesejahteraan sosial, keuangan, investasi, dan industri semestinya perlu memunculkan perspektif pengarusutamaan gender para capres. Kesetaraan peluang menjadi penting untuk mengejar ketertinggalan perempuan dalam bidang ekonomi dan investasi, misalnya. Perempuan bukan hanya tulang punggung keluarga, melainkan juga tulang punggung perekonomian bangsa. Namun, kemampuan ekonomi juga harus diseimbangkan dengan kesejahteraan batin untuk menciptakan kesejahteraan sosial yang sesungguhnya. Persoalannya, semua hal yang bersentuhan langsung dengan perempuan ini tidak terdengar di acara debat capres-cawapres tersebut, kecuali

⁵⁵ Luky Sandra Amalia, *Sensitivitas Gender Para...*

sedikit di debat pertama dan kelima. Padahal komitmen paslon untuk tidak sekadar menjadikan perempuan sebagai komoditi dan jargon kampanye akan menjadi catatan khusus bagi pemilih perempuan yang jumlahnya sekitar 10 persen lebih banyak daripada pemilih laki-laki.

Mobilisasi Pemilih Perempuan

Partisipasi perempuan dalam pemilu telah diakui sejak Indonesia merdeka. Selain jumlah pemilih perempuan yang menempati lebih separoh jumlah pemilih, jamak dipercaya bahwa perempuan lebih efektif daripada laki-laki dalam memobilisasi pemilih perempuan. Oleh sebab itu, capres-cawapres pun menargetkan perempuan untuk memilih dirinya sekaligus memobilisasi pemilih perempuan lain. Calon perempuan dipercaya lebih mudah memengaruhi pemilih perempuan atas dasar kesamaan identitas. Persoalannya, dalam kontestasi Pilpres 2019 ini pasangan calon presiden dan wakil presiden yang berlaga keduanya laki-laki.

Ketika tidak ada calon perempuan, maka pendekatan kepada pemilih perempuan didelegasikan kepada *female surrogates* (perempuan pengganti). Perempuan pengganti ini yang bertugas memobilisasi pemilih perempuan. Peran perempuan pengganti ini biasanya diambil oleh pasangan kandidat (istri). Selain pasangan, perempuan pengganti juga bisa direkrut dari perempuan anggota partai yang dinilai menonjol. Perempuan pengganti ini bertanggungjawab untuk menyampaikan isu perempuan sekaligus menangkis tuduhan seksisme.⁵⁶

Selain tiga taktik pendekatan terhadap pemilih perempuan berdasarkan identitas bersama, sebagaimana disebutkan sebelumnya, keterlibatan politik juga melibatkan tiga motivasi. Tiga perasaan dalam keterlibatan politik adalah antusiasme, kemarahan dan kegelisahan.⁵⁷ Perasaan antusias, terutama terhadap calon yang disukai, dapat melahirkan energi bagi seseorang untuk terlibat dalam aksi politik. Pemilih yang antusias akan tergerak untuk

terlibat dalam aktivitas kampanye dan, lebih jauh, berkeinginan untuk memberikan suaranya pada calon yang bersangkutan. Pemilih yang masuk dalam kelompok ini adalah loyalis partai dan pemilih yang telah memiliki preferensi terhadap calon yang sama. Oleh sebab itu, antusiasme memotivasi pemilih dalam kelompok ini untuk mencari informasi yang terkonfirmasi sekaligus menghindari informasi yang bertentangan dengan preferensinya.⁵⁸

Selain antusiasme, kegelisahan politik juga mendorong seseorang untuk turut hadir dalam kampanye dan peduli siapa calon presiden yang akan menang. Kegelisahan politik muncul ketika seseorang merasa gelisah dalam menghadapi rangsangan politik. Perasaan cemas ini muncul berkaitan dengan kandidat yang disukainya, bukan kandidat lawan. Berbeda dengan perasaan antusias, individu yang mengalami keresahan politik menjadi lebih waspada memantau lingkungan sekitar dan berusaha memperoleh informasi yang relevan di luar yang telah mereka pelajari dari rangsangan politik yang ada. Pada saat yang bersamaan mereka melonggarkan cengkeraman keyakinan dan kebiasaan politik sebelumnya.⁵⁹

Selain itu, efek mobilisasi kecemasan juga berbeda dari mereka yang antusias. Kecemasan memunculkan motivasi untuk mengkonfirmasi akurasi informasi tentang calon yang ada. Kelompok ini memberikan perhatian lebih untuk konten baru. Mereka menggunakan media berita untuk memperoleh informasi lebih mengenai kampanye. Kelompok ini cenderung untuk terlibat dalam percakapan politik, terutama percakapan yang melibatkan pandangan dan perspektif yang berbeda. Dengan kata lain, perasaan cemas terhadap calon yang disukai melahirkan relasi positif pada frekuensi percakapan politik yang heterogen.⁶⁰

Berbeda dengan cemas, perasaan marah menghasilkan toleransi politik yang rendah. Hal ini terjadi sebab marah melibatkan lebih banyak aksi tapi sedikit berpikir. Kemarahan tidak diarahkan untuk mencapai pemahaman

⁵⁶ Reyes-Housholder, Catherine, *Women Mobilizing Women*..., hlm. 75.

⁵⁷ Jaeho Cho, "Campaign Tone, Political Affect, and Communicative Engagement", *Journal of Communication*, 63, (Januari 2013), hlm. 1136.

⁵⁸ Jaeho Cho, *Campaign Tone, Political*..., hlm. 1136.

⁵⁹ Jaeho Cho, *Campaign Tone, Political*..., hlm. 1137.

⁶⁰ Jaeho Cho, *Campaign Tone, Political*..., hlm. 1137.

yang akurat terhadap rangsangan. Sebaliknya, kemarahan condong ke pendapat dan stereotip sebelumnya. Artinya, pemilih yang merasa marah dengan kandidat lawan cenderung mencari percakapan politik dengan orang lain yang berpikiran sama.⁶¹

Perempuan pendukung pasangan capres-cawapres dari kedua kubu nampak memiliki motivasi tersebut. Pemilih perempuan yang telah memiliki preferensi terhadap paslon tertentu bergerak bersama. Selain perempuan anggota partai pengusung paslon, di satu sisi, pemilih perempuan yang menaruh harapan pada pasangan calon Prabowo-Sandi membentuk kelompok bersama yang dikenal dengan sebutan *emak-emak*.⁶² Bahkan ada juga sekelompok perempuan yang tergabung dalam Pepes.⁶³ Kelompok perempuan ini hadir di setiap kampanye paslon nomor urut 01 tersebut. Keberadaan mereka terlihat jelas dari seragam yang dikenakan, yaitu atasan biru muda dan bawahan coklat susu sebagaimana warna baju dan celana yang sering digunakan Sandi selama masa kampanye.⁶⁴

Di sisi lain, pemilih perempuan pendukung pasangan Jokowi-Ma'ruf juga bergerak bersama dengan perempuan anggota partai Koalisi Indonesia Kerja. Kelompok perempuan yang memilih menyebut dirinya sebagai ibu bangsa ini memiliki harapan atas calon presiden petahana yaitu Jokowi yang kini berpasangan dengan Ma'ruf Amin agar terpilih kembali pada Pemilu 17 April 2019 mendatang. Sebagaimana emak-emak, kelompok perempuan pendukung Jokowi-Ma'ruf juga memadati setiap kampanye Jokowi-Ma'ruf. Bedanya, kelompok perempuan ibu bangsa ini menggunakan pakaian atasan berwarna putih. Warna ini merupakan warna kemeja yang sering digunakan Jokowi kemana-mana. Warna putih ini pula yang dikampanyekan untuk dicoblos di surat suara sebagaimana warna baju yang digunakan Jokowi-Ma'ruf di surat suara tersebut.⁶⁵

⁶¹ Jaeho Cho, *Campaign Tone, Political...*, hlm. 1138.

⁶² Redaksi, *Jokowi: Perempuan Indonesia...*

⁶³ Rio Apinino, *Mengenal Pepes Partai...*

⁶⁴ Wawancara dengan pengurus parpol di Kota Padang, Sumatera Barat, 10 April 2019.

⁶⁵ Wawancara dengan pengurus parpol di Kota Padang,

Antusiasme pemilih perempuan terhadap calon yang disukai dan kemarahan mereka terhadap kandidat lawan juga mendorong mereka untuk mencari informasi yang diinginkan. Sebaliknya, mereka menghindari informasi yang dianggap tidak sesuai dengan preferensinya. Motivasi ini juga didukung oleh cara kerja informasi digital. Di era pengalaman digital seperti saat ini (*experience age*), sekali pengguna internet (*users*) mencari kata kunci (*keywords*) di mesin pencari (*search engine*), ia akan dibanjiri oleh informasi yang senada tanpa perlu mengetik ulang kata kunci tersebut.⁶⁶ Era pengalaman ini juga turut berkontribusi pada perputaran informasi yang dikehendaki dan telah terkonfirmasi dalam komunitas pemilih perempuan pendukung paslon tertentu tersebut. Sebaliknya, informasi yang tidak diinginkan akan terhindarkan dengan cara bekerjanya informasi digital di era pengalaman seperti saat ini. Akibatnya, mereka melakukan diskusi politik terbatas dengan orang yang berpikiran sama sehingga frekuensi pembicaraan politiknya bersifat homogen.

Hambatan Partisipasi Perempuan

Kesetaraan gender merupakan komponen utama proses demokrasi. Kesetaraan gender menjadi prasyarat untuk menciptakan sistem demokrasi yang terkonsolidasi. Namun, tipe demokrasi dalam masyarakat patriarkal masih diwarnai dominasi laki-laki. Demokrasi yang kuat bergantung pada partisipasi setara semua warga negara, termasuk perempuan. Perempuan yang menempati separoh lebih populasi tidak seharusnya ditinggalkan dalam proses-proses pemilu demokratis.⁶⁷

Meskipun partisipasi perempuan di dunia politik telah diakui sebelum Indonesia merdeka, perempuan masih mengalami hambatan dalam berpartisipasi politik sebagai pemilih. Ada tiga kendala yang dihadapi perempuan ketika

Sumatera Barat, 10 April 2019.

⁶⁶ Mike Wadhera, "The Information Age is over; welcome to the Experience Age", 10 Mei 2016, <https://techcrunch.com/2016/05/09/the-information-age-is-over-welcome-to-the-experience-age/>, diakses pada 20 Mei 2018.

⁶⁷ Amel Mili, "Analytical and Empirical Observations", A Dissertation of the State University of New Jersey, (Newark: New Jersey, May 2009), hlm. 5.

memutuskan untuk terlibat dalam institusi pemilu. *Pertama*, harga partisipasi yang meliputi tiga hal, yaitu kendala sosial, tradisi, dan keamanan di lingkungan konflik. *Kedua*, informasi yang meliputi keterbatasan sumber dan akses informasi. *Ketiga*, platform partai politik.⁶⁸

Kendala sosial cenderung disebabkan oleh posisi perempuan yang menjadi subordinasi dari dominasi laki-laki. Posisi ini menempatkan perempuan dalam ranah domestik untuk mengerjakan pekerjaan domestik dan tunduk pada keputusan laki-laki sebab ia tidak terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Posisi ini membatasi pilihan perempuan terhadap calon yang ada sekaligus membatasi mobilitas perempuan untuk terlibat dalam aktivitas politik.

Sementara itu, tradisi patriarki masih mewarnai sistem budaya masyarakat hingga dewasa ini. Dalam sistem budaya patriarki, laki-laki dipandang memiliki kedudukan yang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Ketidaksetaraan kedudukan antara laki-laki dan perempuan ini melahirkan stereotip yang disematkan kepada perempuan dan laki-laki. Laki-laki dianggap sebagai manusia yang kuat dan rasional sehingga laki-laki cocok dengan pekerjaan di ruang publik. Rasionalitas juga menempatkan laki-laki pada posisi pengambil keputusan. Sementara itu, perempuan dilabeli sebagai makhluk lemah lembut dan irasional yang menyebabkan perempuan lebih sesuai dengan pekerjaan domestik. Perempuan juga jarang dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan karena alasan irasionalitas. Kultur masyarakat yang demikian menjadi penghambat bagi perempuan untuk berpartisipasi dalam arena politik, termasuk pemilu.

Partisipasi perempuan juga dipengaruhi situasi di daerah setempat. Faktor keamanan juga menjadi pertimbangan penting bagi perempuan untuk terlibat dalam aktivitas politik. Pertimbangan faktor keamanan menjadi penting, terutama, dalam kaitannya dengan partisipasi perempuan di daerah konflik. Di lingkungan seperti ini laki-laki dan perempuan cenderung memiliki perannya masing-masing. Perempuan banyak membantu laki-laki dalam hal persiapan

logistik dan perawatan medis. Jarang sekali ada perempuan yang dilibatkan dalam proses perdamaian. Setelah konflik berakhirpun, perempuan biasanya lebih memfokuskan diri pada pembenahan kondisi ekonomi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk mengambil bagian dalam proses politik. Berbeda dengan laki-laki yang banyak terlibat dalam proses penyelesaian konflik dan membangun kembali fondasi politik daerah tersebut. Hal ini yang terjadi di Aceh pascakonflik dengan Gerakan Aceh Merdeka (GAM).

Kedua, kendala informasi. Kendala informasi ini meliputi sumber informasi dan kurangnya akses informasi. Perempuan memiliki keterbatasan sumber informasi. Perempuan lebih banyak memperoleh informasi dari orang lain yang berbicara dengannya, termasuk dengan sesama perempuan. Perempuan menjadi mudah memengaruhi perempuan lain melalui pembicaraan antarperempuan atas dasar kesamaan identitas sebagaimana dijelaskan sebelumnya. Oleh sebab itu, perilaku pemilih perempuan banyak dipengaruhi oleh orang lain, tekanan kelompok maupun norma sosial yang berlaku di komunitas tersebut.⁶⁹

Ketiga, platform partai politik yang belum sensitif gender. Partai politik masih memandang perempuan sebagai bank suara pasif.⁷⁰ Oleh sebab itu, masih banyak parpol yang memperlakukan perempuan semata-mata sebagai pengikut (*followers*). Oleh karena itu, perempuan bisa dimanfaatkan secara strategis untuk keperluan kampanye pemilu dan aktivitas politik yang lain. Dengan dasar ini, parpol masih memandang perempuan sebagai obyek kampanye. Mereka masih menjadikan perempuan sebagai target suara belaka yang dapat dimanfaatkan untuk menarik dukungan suara pemilih perempuan lain dengan memanfaatkan identitas bersama. Sebagai salah satu pilar demokrasi, parpol belum menempatkan perempuan sejajar dengan laki-laki, padahal kesetaraan antara perempuan dan laki-laki merupakan prasyarat demokrasi.

⁶⁸ Xavier Gine, "Evidence from a Voter Awareness Campaign in Pakistan", *Impact and Policy Conference*, Bangkok.

⁶⁹ Xavier Gine, *Evidence from a Voter...*

⁷⁰ Xavier Gine, *Evidence from a Voter...*

Penutup

Narasi *emek-emak* maupun ibu bangsa, keduanya, hanyalah narasi simbolik yang diciptakan kedua pasangan capres-cawapres sebagai upaya untuk menarik dukungan suara pemilih perempuan. Tidak ada yang lebih konkrit dari yang lain, kedua istilah tersebut sama-sama mendomestikasi peran perempuan. Melalui label *emek-emak* maupun ibu bangsa, kedua kontestan Pemilu 2019 seolah menegaskan bahwa perempuan harus menjadi ibu yang tugasnya hanya di ranah domestik.

Perempuan menempati lebih separoh jumlah pemilih pada Pemilu 2019 ini tetapi perempuan hanya dipandang sebagai pendulang suara melalui mobilisasi pemilih perempuan. Perempuan dianggap dapat mempengaruhi sesama pemilih perempuan atas dasar kesamaan identitas. Ada tiga strategi yang digunakan untuk memobilisasi pemilih perempuan, antara lain, melakukan pertemuan dengan kelompok-kelompok perempuan, meningkatkan identitas gender perempuan, dan menjanjikan perubahan yang properempuan. Strategi ini juga diperkuat dengan keyakinan bahwa nasib pemilih bergantung pada kelompok mereka.

Selain itu, ada tiga motivasi yang terlibat dalam proses mobilisasi pemilih perempuan. Pertama, antusiasme terhadap paslon yang disukai dapat menggerakkan pemilih untuk terlibat aktif dalam kampanye dan, pada akhirnya, memberikan suaranya kepada paslon yang bersangkutan. Kedua, kegelisahan terhadap calon yang disukai dapat mendorong pemilih untuk mencari informasi yang relevan di luar preferensinya, misalnya melalui konten media berita. Ketiga, kemarahan terhadap kandidat lawan melahirkan pendapat dan stereotip. Hampir sama dengan antusiasme, kemarahan juga cenderung memotivasi seseorang untuk mencari percakapan politik dengan orang lain yang berpikiran sama.

Motivasi pemilih perempuan untuk mencari informasi yang diinginkan dan menghindari informasi yang dianggap tidak sesuai dengan preferensinya diperkuat dengan cara kerja informasi digital. Pada era pengalaman (*experience age*) seperti saat ini, sekali pengguna internet (*users*) mengetikkan kata kunci

(*keywords*) pada mesin pencari (*search engine*), ia akan dibanjiri informasi yang sama tanpa perlu mengetik ulang. Sehingga, informasi yang berputar di suatu kelompok adalah informasi yang dikehendaki maupun yang terkonfirmasi dan akan terhindar dari informasi yang tidak diinginkan.

Partisipasi perempuan dalam ranah politik tidak dapat dilepaskan dari pengaruh sistem budaya patriarki yang diwarnai dengan dominasi laki-laki atas perempuan. Ada tiga kendala yang dihadapi perempuan ketika memutuskan untuk terlibat di dunia politik. Pertama, harga partisipasi yang meliputi kendala sosial, tradisi, dan keamanan lingkungan, terutama lingkungan pascakonflik. Kendala sosial merujuk pada subordinasi perempuan atas laki-laki. Tradisinya, perempuan tempatnya hanya di ranah domestik dan patuh pada keputusan laki-laki (ayah/suami) sebagai pengambil kebijakan termasuk di ruang publik. Tradisi melahirkan stereotip bahwa perempuan lemah-lembut dan irasional sehingga lebih cocok berperan di ruang domestik sedangkan laki-laki dilabeli kuat dan rasional sehingga lebih sesuai untuk peran pengambil keputusan dan bekerja di ruang publik. Demikian halnya di lingkungan konflik, perempuan berperan membantu laki-laki dalam hal penyiapan logistik perawatan medis sementara laki-laki terlibat dalam proses penyelesaian konflik.

Kedua, kendala informasi. Perempuan memiliki sumber dan akses informasi yang terbatas. Kebanyakan informasi diperoleh dari berbicara dengan orang lain termasuk sesama perempuan atas dasar kesamaan identitas. Dengan demikian, perilaku pemilih perempuan banyak dipengaruhi orang lain, tekanan kelompok, dan norma sosial yang berlaku di masyarakat tersebut. Ketiga, kendala platform partai yang belum sensitif gender. Parpol masih memandang perempuan sebagai bank suara pasif yang dapat diaktifkan jika diperlukan. Perempuan merupakan target suara sekaligus pendulang suara (*vote getter*) paslon/parpol. Hal ini bertentangan dengan prasyarat demokrasi yang terkonsolidasi, yaitu terciptanya kesetaraan peran antara perempuan dan laki-laki.

Daftar Pustaka

Buku dan Jurnal

- Beyer, Audun; Carl Henrik Knutsen; dan Bjørn Erik Rasch, "Election Campaigns, Issue Focus and Voting Intentions: Survey Experiments of Norwegian Voters", *Scandinavian Political Studies*, 37, (April 2014).
- Catherine, Reyes-Housholder, "Women Mobilizing Women: Candidates' Strategies for Winning the Presidency", *Journal of Politics in Latin America*, 10, (Januari 2018).
- Cho, Jaeho, "Campaign Tone, Political Affect, and Communicative Engagement", *Journal of Communication*, 63, (Januari 2013).
- Enns, Peter K. dan Brian Richman, "Presidential Campaigns and the Fundamentals Reconsidered", *The Journal of Politics*, 75, (July 2013).
- Gine, Xavier, "Evidence from a Voter Awareness Campaign in Pakistan", *Impact and Policy Conference*, Bangkok.
- Haris, Syamsuddin, "Format Pemilihan Umum Presiden", dalam Luky Sandra Amalia (Ed), *Evaluasi Pemilihan Presiden Langsung di Indonesia*, Jakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Nadeau, Richard; Neil Nevitte; Elisabeth Gidengil; dan André Blais, "Election Campaigns as Information Campaigns: Who Learns What and with What Effect?", *The American Political Science Review*, (March 2001).
- Samuels, D., "Concurrent Elections, Discordant Results: Presidentialism, Federalism, and Governance in Brazil", *Comparative Politics*, 33, (Okt. 2000).

Dokumen

- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2007 tentang Pemilihan Umum

Sumber Online

- Amalia, Luky Sandra, "Sensitivitas Gender Para Capres", 22 Februari 2019, <http://mediaindonesia.com/read/detail/213666-sensitivitas-gender-para-capres>.
- Apinino, Rio, "Mengenal Pepes Partai Emak-Emak Pendukung Prabowo Sandi", 26 Februari 2019, <https://tirto.id/mengenal-pepes-partai-emak-emak-pendukung-prabowo-sandi-dhNA>.
- Erwanti, Marlinda Oktavia, "Survei Y-Publica: Jokowi-Ma'ruf Amin 53,5%, Prabowo-Sandiaga 31,9%", 14 Januari 2019, [https://news.detik.com/berita/d-4383791/survei-y-](https://news.detik.com/berita/d-4383791/survei-y-publica-jokowi-maruf-amin-535-prabowo-sandiaga-319)

[publica-jokowi-maruf-amin-535-prabowo-sandiaga-319](https://news.detik.com/berita/d-4383791/survei-y-publica-jokowi-maruf-amin-535-prabowo-sandiaga-319).

- Fadhil, Haris, "Kontroversi the Power of Emak-emak", 17 September 2018, <https://news.detik.com/berita/d-4214850/kontroversi-the-power-of-emak-emak>.
- Fadhil, Haris, "Tentang Istilah Emak-emak yang Dikritik Kowani", 17 September 2018, <https://news.detik.com/berita/d-4214750/tentang-istilah-emak-emak-yang-dikritik-kowani>.
- Hidayat, Qur'anul, "Jokowi: Saya Punya 8 Menteri Perempuan, Ada yang Lembut Ada yang Galak", 15 September 2018, <https://news.okezone.com/read/2018/09/15/337/1950894/jokowi-saya-punya-8-menteri-perempuan-ada-yang-lembut-ada-yang-galak>.
- Hutabarat, Delvira, "Sandiaga: Dolar Naik, Ibu-Ibu Belanja Rp 100 Ribu Bawa Cabai dan Bawang", 5 September 2018, <https://www.liputan6.com/pilpres/read/3636847/sandiaga-dolar-naik-ibu-ibu-belanja-rp-100-ribu-bawa-cabai-dan-bawang>.
- Ihsanuddin, "Melihat Peta Politik Pilpres 2019 Pascaputusan MK soal "Presidential Threshold"", 11 Januari 2018, <https://nasional.kompas.com/read/2018/01/11/16080101/melihat-peta-politik-pilpres-2019-pascaputusan-mk-soal-presidential?page=all>.
- Jordan, Ray, "Dipimpin Erick Thohir, Ini Susunan Lengkap Timses Jokowi-Ma'ruf", 8 September 2018, <https://news.detik.com/berita/d-4202921/dipimpin-erick-thohir-ini-susunan-lengkap-timses-jokowi-maruf>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/mak>.
- Khalika, Nindias Nur, "Emak-Emak Vs Ibu Bangsa, Mengapa Istilah Jadi Masalah?", 26 September 2018, <https://tirto.id/emak-emak-vs-ibu-bangsa-mengapa-istilah-jadi-masalah-c2Cy>.
- Mili, Amel, "Analytical and Empirical Observations", *A Dissertation of the State University of New Jersey*, (Newark: New Jersey, May 2009).
- NDI, "Voter Contact Communicating Directly with Voters", https://www.ndi.org/sites/default/files/Module%204_Voter%20Contact_EN.pdf.
- Nurita, Dewi, "Survei: Isu the Power of Emak-emak Sandiaga Uno Tak Populer", 14 Januari 2019, <https://pilpres.tempo.co/read/1164833/survei-isu-the-power-of-emak-emak-sandiaga-uno-tak-populer>.
- Prabowo, Dani, "Disahkan KPU, Ini Perolehan Suara Pemilu Legislatif 2014", 9 Mei 2014 <https://nasional.kompas.com/>

- read/2014/05/09/2357075/Disahkan.KPU.Ini.Perolehan.Suara.Pemilu.Legislatif.2014.*
- Redaksi, "Ibu Bangsa vs The Power of Emak-emak", dalam <https://kumparan.com/@kumparannews/ibu-bangsa-vs-the-power-of-emak-emak-1537055700606592490>.
- Redaksi, "Jokowi: Perempuan Indonesia, Jadilah Ibu Bangsa", 14 September 2018, <https://kumparan.com/@kumparanstyle/jokowi-perempuan-indonesia-jadilah-ibu-bangsa-1536934043567258056>.
- Redaksi, "Koalisi Indonesia Adil Makmur Lawan Koalisi Kerja Jokowi", 19 September 2018, <https://nasional.tempo.co/read/1127803/koalisi-indonesia-adil-makmur-lawan-koalisi-kerja-jokowi>.
- Redaksi, "Perebutan Pemilihan Perempuan Dua Kubu Capres-Cawapres Sengit", 15 September 2018, <https://nasional.sindonews.com/read/1373442/12/perebutan-pemilih-perempuan-dua-kubu-capres-cawapres-sengit-1548387590>.
- Redaksi, "Ramai Video Emak-emak Pemotor: Lampu Sein ke Kanan Tapi Belok ke Kiri", 4 April 2017, <https://kumparan.com/@kumparannews/ramai-video-emak-emak-pemotor-lampu-sein-ke-kanan-tapi-belok-ke-kiri>.
- Redaksi, "Sandiaga Uno Sebut Rp 100 ribu Hanya Bisa Beli Bawang dan Cabai, Guntur Romli: Sandi Kamu Bohong", 7 September 2018, <http://www.tribunnews.com/nasional/2018/09/07/sandiaga-uno-sebut-rp-100-ribu-hanya-bisa-beli-bawang-dan-cabai-guntur-romli-sandi-kamu-bohong>.
- Redaksi, "Suara Perempuan Sangat Menentukan Pilpres 2019", 10 Desember 2018, <https://nasional.sindonews.com/read/1361477/12/suara-perempuan-sangat-menentukan-pilpres-2019-1544422905>.
- Redaksi, "Survei Roy Morgan: Jokowi Unggul di Pemilihan Perempuan, Sementara Pemilihan Laki-laki Prabowo Naik", 3 April 2019, <http://www.tribunnews.com/2019/04/03/survei-roy-morgan-jokowi-unggul-di-pemilih-perempuan-mentara-pemilih-laki-laki-prabowo-naik>.
- Rizki, Ramadhan, "Partai Pendukung Jokowi Deklarasikan Koalisi Indonesia Kerja", 9 Agustus 2018, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180809163733-32-320924/partai-pendukung-jokowi-deklarasikan-koalisi-indonesia-kerja>.
- Rochim, Abdul, "Kubu Jokowi-Ma'ruf Terus Solidkan Dukungan Pemilihan Perempuan", 24 Januari 2019, <https://nasional.sindonews.com/read/1373298/12/kubu-jokowi-maruf-terus-solidkan-dukungan-pemilih-perempuan-1548333072>.
- Saputri, Dessy Suciati, "Jokowi: Jadilah Ibu Bangsa Wahai Perempuan Indonesia", 14 September 2018, <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/18/09/14/pf1wsb377-jokowi-jadilah-ibu-bangsa-wahai-perempuan-indonesia>.
- Taufiqqurahman, Muhammad, "Survei PolMark: Suara Emak-emak Bakal Tentukan Pemenang Pilpres", 21 Maret 2019, <https://news.detik.com/berita/d-4477641/survei-polmark-suara-emak-emak-bakal-tentukan-pemenang-pilpres>.
- Wadhera, Mike, "The Information Age is over; welcome to the Experience Age", 10 Mei 2016, <https://techcrunch.com/2016/05/09/the-information-age-is-over-welcome-to-the-experience-age/>.
- Wicaksono, Pribadi, "Kowani ke Jokowi: Kami Menolak Sebutan Emak-emak untuk Perempuan", 14 September 2018, <https://nasional.tempo.co/read/1126556/kowani-ke-jokowi-kami-menolak-sebutan-emak-emak-untuk-perempuan/full&view=ok>.
- Wiwoho, Bimo, "Sandiaga: Kami Berjuang untuk Partai Emak-Emak", 10 Agustus 2018, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180810145520-32-321261/sandiaga-kami-berjuang-untuk-partai-emak-emak>.
- Yunita, Niken Widya, "6 Fakta Djoko Santoso, Ketua BPN Prabowo", 15 Januari 2019, <https://news.detik.com/berita/d-4386048/6-fakta-djoko-santoso-ketua-bpn-prabowo>.

Wawancara

Wawancara dengan pengurus parpol di Kota Padang, Sumatera Barat, 10 April 2019.

TENTANG PENULIS

Efriza

Penulis merupakan dosen tetap program studi ilmu politik di Sekolah Tinggi Ilmu Pemerintahan Abdi Negara (STIP-AN), Jakarta. Beberapa tulisannya antara lain: “Political Explore: Sebuah Kajian Ilmu Politik”, “Ilmu Politik: Dari Ilmu Politik Sampai Sistem Pemerintahan”, “Studi Parlemen: Sejarah, Konsep, dan Lanskap Politik Indonesia”. Penulis dapat dihubungi melalui email: efriza.riza@gmail.com

Luky Sandra Amalia

Penulis merupakan peneliti pada Pusat Penelitian Politik LIPI ini adalah sarjana Ilmu Politik dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, Surabaya (2005) dan mendapatkan gelar Master of Development Studies dari Murdoch University. Bidang kajian yang diminati adalah mengenai pemilu dan gender. Berbagai tulisan mengenai pemilu dan perempuan dalam politik sudah dihasilkannya baik artikel jurnal maupun *book chapter*. Penulis dapat dihubungi melalui email: sandra_thok@yahoo.com.

Sarah Nuraini Siregar

Sejak tahun 2004 sampai sekarang, penulis menjadi salah satu peneliti di bidang perkembangan politik nasional di Pusat Penelitian Politik-LIPI dengan konsentrasi studi tentang militer dan kepolisian. Menyelesaikan studi di tingkat Sarjana tahun 2002 dan Pasca Sarjana di jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia tahun 2005, dan sekarang sedang melanjutkan pendidikan S3 di Universitas Indonesia. Ia juga aktif sebagai salah satu staf pengajar di jurusan Ilmu Politik FISIP UI sejak tahun 2002 hingga sekarang. Beberapa tulisannya antara lain: Problematik Pengelolaan Keamanan dan Pertahanan di Wilayah Konflik (Aceh dan Papua), Model Kaji Ulang Pertahanan Indonesia:

Supremasi Sipil dan Transformasi Pertahanan, Evaluasi Penerapan Darurat Militer di Aceh 2003-2004, dan Hubungan Sipil Militer Era Megawati dan lainnya. Penulis dapat dihubungi melalui email: nurainisarah30@gmail.com.

Defbry Margiansyah

Penulis merupakan peneliti di Pusat Penelitian Politik LIPI yang tergabung dalam Tim Penelitian Agama dan Politik. Ia menyelesaikan pendidikan tingkat sarjana di Jurusan Ilmu hubungan Internasional Universitas Pasundan pada tahun 2013 dengan penelitian akhir mengenai Tantangan Masyarakat Islam di Eropa: Analisis Resistensi Kelompok Konservatif kanan terhadap Muslim. Penulis juga merupakan alumnus Global Studies Programme di Institut für Soziologie, Albert-Ludwig-Universität Freiburg, Jerman. Penulis dapat dihubungi melalui email: defbry@yahoo.com

R. Siti Zuhro

Penulis adalah peneliti senior di Pusat Penelitian Politik Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2P LIPI). Gelar sarjana di bidang Hubungan Internasional diperoleh dari FISIP Universitas Jember. Mendapatkan gelar MA Ilmu Politik dari the Flinders University, Australia dan Ph.D Ilmu Politik dari Curtin University, Australia. Sebagai peneliti senior, Beliau sudah banyak menghasilkan karya tulis diantaranya Demokratisasi Lokal; Perubahan dan Kesenambungan Nilai-nilai Budaya Politik Lokal di Jawa Timur, Sumatera Barat, Sulawesi Selatan dan Bali (Yogyakarta: Ombak, 2009), Demokratisasi Lokal; Peran Aktor dalam Demokratisasi (Yogyakarta: Ombak, 2009); Kisruh Perda: Mengurai Masalah dan Solusinya (Yogyakarta: Ombak, 2010) dan lainnya. Penulis dapat dihubungi melalui email: wiwieqsz@yahoo.com.

Dhuroruddin Mashad

Penulis adalah peneliti senior di Pusat Penelitian Politik Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2P LIPI) dengan bidang kepakaran politik, politik dan pemerintahan, yang lebih berfokus kepada politik dibidang Agama, Asia Selatan, Dunia Islam, dan Minoritas. Penulis mendapatkan Gelar S1 dan S2 dari jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Beliau sudah banyak menghasilkan karya tulis baik artikel maupun buku terkait pemilu, agama dan politik. Penulis dapat dihubungi melalui email: dhur001@lipi.go.id

Sutan Sorik

Penulis merupakan peneliti di Pusat Penelitian Politik LIPI yang tergabung dalam Tim Penelitian Nasional di bidang Pemilu. Gelar sarjana di bidang Hukum Tata Negara diperoleh dari Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, Medan. Penulis dapat dihubungi melalui email: sutan.sorik98@gmail.com

