

ABSTRAKSI

Sebagai representasi dari realitas, “isu kepentingan jender perempuan dalam kampanye” menghadirkan kembali realitas kondisi perempuan. Realitas itu sendiri adalah hasil ciptaan kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia disekitarnya. Salah satu konstruksi sosial adalah konstruksi sosial mengenai jender. Jender inilah yang akan membentuk kesepakatan makna dalam masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isu kepentingan jender perempuan dalam kampanye caleg perempuan PDI-P, PKB, PAN, PKS, PDS, dan PNBK. Mengetahui metode-metode kampanye yang digunakan serta kendala-kendala yang dihadapi dalam memperjuangkan kepentingan jender perempuan di ranah politik. Kerangka teoritis dalam penelitian ini terdiri atas: teori perwakilan politik di Indonesia, teori sistem pemilu, teori feminisme, teori konstruksi sosial, teori interaksionisme simbolik dan teori komunikasi politik.

Kepentingan jender perempuan dikategorikan dalam dua jenis. Kepentingan jender praktis, kepentingan jender yang mengacu pada kebutuhan hidup perempuan sehari-hari dan kepentingan jender strategis, yaitu kepentingan jender yang bertujuan merubah posisi perempuan yang ter subordinasi di masyarakat. Mayoritas subyek dalam penelitian ini, lebih banyak menekankan kepentingan jender praktis sebagai isu kampanye.

Dalam melakukan analisis dan interpretasi data, peneliti mengamati konsepsi pikir caleg tentang tugas seorang perempuan anggota legeslatif, kebutuhan mendasar perempuan di Surabaya, guna mengamati sensitivitas jender yang dimiliki berkaitan dengan isu kampanye yang disampaikan, metode kampanye yang digunakan dan kendala-kendala yang dihadapi oleh caleg dalam mewujudkan cita-citanya sebagai seorang anggota legeslatif perempuan. Selanjutnya peneliti melakukan pemaknaan dan interpretasikan dengan perspektif jender.

Melalui analisis tersebut dapat disimpulkan kepentingan jender strategis yang menyangkut perubahan posisi perempuan di masyarakat-apakah itu diranah politik, sosial dan budaya- jarang diulas sebagai isu. Sehingga isu yang digunakan tidak menyentuh *political will*, dari UU RI Tahun 2003 pasal 65 tentang kuota 30% bagi perempuan. Meski begitu subyek bisa sepakat bahwa diperlukannya kesetaraan jender di berbagai ranah kehidupan, khususnya dalam bidang politik.

Berkait dengan metode kampanye yang digunakan, mayoritas caleg lebih banyak menggunakan metode periklanan massa, mengingat metode ini efektif digunakan untuk membangun citra kandidat dalam kondisi kampanye yang memiliki waktu relatif singkat. Sedangkan kendala-kendala yang dihadapi caleg perempuan secara umum berhubungan erat dengan kondisi kerangka kerja partai yang bias jender, sistem pemilu yang masih memiliki celah kelemahan, kemam[puan personal yang rendah, dana yang relatif kecil dan kendala-kendala kultural.