

324. g
HID
u. c1

KAJIAN WANITA



**KOMPILASI JANJI-PROGRAM
PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN ISU-ISU GENDER
KE-48 PARTAI POLITIK PADA KAMPANYE PEMILU 1999
(Analisis Isi Surat Kabar *Kompas*, *Suara Pembaruan*,
Suara Merdeka, dan *Wawasan*
Selama Masa Kampanye Pemilu 1999)**

Laporan Penelitian

Oleh
NUR HIDAYAT, S.Sos.
NIP. 132 173 215

**PUSAT PENELITIAN GENDER/ PUSAT STUDI WANITA
LEMBAGA PENELITIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2001/2002**

IPT-PUSTAK

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian

KOMPILASI JANJI-PROGRAM PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN ISU-ISU GENDER KE-48 PARTAI POLITIK PADA KAMPANYE PEMILU 1999
(Analisis Isi Surat Kabar *Kompas*, *Suara Pembaruan*, *Suara Merdeka*, dan *Wawasan* Selama Masa Kampanye Pemilu 1999).

2. Ketua Peneliti

- a. Nama Lengkap : Nur Hidayat, S.Sos.
- b. NIP : 132 173 215
- c. Jenis Kelamin : Laki-laki
- d. Golongan : III-a
- e. Fakultas / Jurusan : ISIP / Ilmu Pemerintahan

3. Objek Penelitian

- : 1. Harian Nasional : *Kompas* dan *Suara Pembaruan*
- : 2. Harian Daerah : *Suara Merdeka* dan *Wawasan*

4. Jumlah / Tim Peneliti : 3 (tiga) orang

5. Lama Penelitian : 6 (enam) bulan

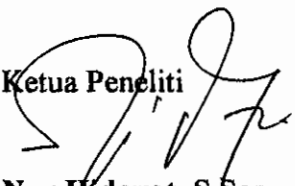
6. Biaya Penelitian : Rp 5.000.000,00
(Lima Juta Rupiah)

7. Sumber Dana : DIK Rutin 2001/02

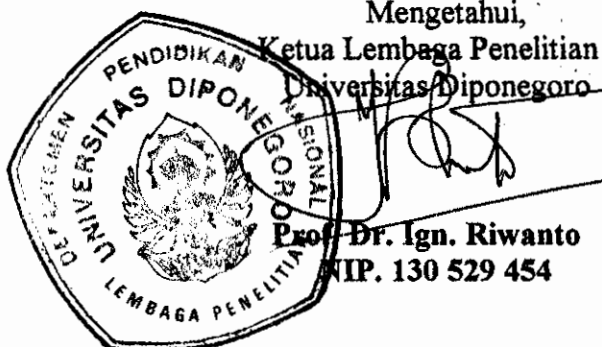
Semarang, 15 Agustus 2001

Mengetahui
Kapuslit Gender /
Pusat Studi Wanita Undip


Dra. Tink Istiarti, M. Kes.
NIP. 131 764 483


Ketua Peneliti

Nur Hidayat, S.Sos.
NIP. 132 173 215



TIM PENELITIAN

NUR HIDAYAT

NIP. 132 173 215

ketua

HERMINI SUSIATININGSIH

NIP. 131 842 263

DJOJO NURSURJANTO GONO

NIP. 131 657 345

anggota

RINGKASAN

KOMPILASI JANJI-PROGRAM PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN ISU-ISU GENDER KE-48 PARTAI POLITIK PADA KAMPANYE PEMILU 1999
ANALISIS ISI SURAT KABAR *KOMPAS*, *SUARA PEMBARUAN*,
SUARA MERDEKA, DAN *WAWASAN* SELAMA MASA KAMPANYE
PEMILU 1999 (Nur Hidayat, Hermini Susiatiningsih, Djojo Nursuryanto Gono : 2001 :
91 halaman)

Masa kampanye Pemilu 1999 memuat sebanyak 637 butir program dari partai politik. Dari angka tersebut, yang dapat dirunut sebagai janji di bidang pemberdayaan perempuan dan gender sebanyak 5, 49 %. Analisis isi dirunut dari harian *Kompas* dan *Suara Pembaruan*. Dua surat kabar terbitan ibu kota Jakarta, yang diasumsikan mewakili isu-isu nasional ; serta dua harian lokal yakni *Suara Merdeka* dan *Wawasan*, sebagai representasi isu dan kepentingan daerah. Keempatnya sekaligus mewakili dua kurun waktu terbitan, yakni pagi hari untuk *Kompas* dan *Suara Merdeka* dan siang / sore hari untuk *Suara Pembaruan* dan *Wawasan*, yang diasumsikan mewakili kurun waktu sore hari.

Studi ini menunjukkan, meski populasi pemilih perempuan sesungguhnya besar, yakni 57 %, namun posisi ini sekadar kuantitas. Kaum perempuan masih subordinasi di depan kaum pria. Kemauan publik belum dapat diarahkan sejalan dengan kepentingan perempuan. Alih-alih mencapai kesetaraan gender dan perempuan lebih berdaya, problem struktural kerundungan malang perempuan disebabkan pula oleh internalitas kaum perempuan itu sendiri. Pro kontra keberadaan Dharma wanita dan Kementrian UPW, misalnya, dapat diangkat sebagai contoh. Institusi keduanya, ini anggapan sebagian orang, justru mewakili institusi represi terhadap kaum dari ibu kita itu.

Untuk semua itu, segenap janji telah disusun dalam suatu skema matriks, demi mengukur setiap janji yang pernah diucapkan oleh para juru kampanye. Tinggal bagaimana mengawasi para elite parpol dalam merealisasikan janji yang pernah dilontarkannya itu. *

SUMMARY

Research title :

The Compilation of Women Empowerment and Gender Issues in the General Election Campaign in Indonesia : The Content Analysis Research for dayly *Kompas*, *Suara Pembaruan*, *Suara Merdeka*, and *Wawasan* newspapers.

In the campaign era of the 1999 General Election in Indonesia, there were 637 issues campaigned by 48 political party. The compilation consists of 5.9 % issues about women empowerment and gender topics. Content analysis method of this research was based on *Kompas*, *Suara Pembaruan*, *Suara Merdeka*, and *Wawasan* daily newspapers. *Compass* and *Suara Pembaruan* were assumed as newspapers covering national issues, where *Suara Merdeka* and *Wawasan* were assumed issues local especially for Central Java Province.

The research results show that the women position in the Indonesia politics is significant, because there are 57 % women voters in the 1999 General Election. However, this picture does not significance of women in politics in Indonesia. Therefor, the public decision making products are still dominated by pro male issues. Actually, the position of women is only a representation of quantity number. As a consequence, in the future, women political articulation and sensitive gender will be dominated by male, or as known the patriarchy style, like nowadays.

Nevertheless, women and gender movement is not deadlocking yet. For campaign of the 1999 General Election, reminding program and gender issues whose promised of the political party. The Non-Government Organizations (NGOs) have to control and pressure political parties as well the government is realizing these issues. Women show this and gender issues are stressed. This 1999 political party campaign has to be followed up in the real politics. *

KATA PENGANTAR

Janji adalah hutang. Program juga sama dengan janji. Oleh karena itu, baik janji maupun hutang, sama-sama mesti dibayar. Pembayaran tentu saja mudah. Cukup dengan merealisasikan setiap janji yang diucapkan, atau yang pernah ditulis di keempat koran tersebut, dengan instrumen politik yang dipegangnya. Bagi yang belum duduk di lembaga legislatif, tentu saja program atau janji tersebut dapat menjadi visi partai politik, sementara bagi yang kini anggota legislatif, baik daerah kabupaten / kota, legislatif provinsi, maupun legislatif pusat, sudah saatnya Anda membayar janji-janji tersebut. Jika Anda abai dengan itu semua, secara hukum mungkin tidak dapat dituntut. Toh ini peristiwa politik. Tapi jangan lupa bahwa politik itu pun soal kepercayaan. Agar stamina rakyat tetap mempercayai Anda, maka sesegeralah laksanakan janji Anda. Tapi jika Anda masih juga belum hingga tahun 2004, saat Anda berjanji lagi, rakyat pemilih akan abai atas apa yang Anda janjikan. Kata orang Minang : Sekali lacur ke ujian, seumur hidup orang tak akan percaya.

Titik moral penelitian ini terletak di sana. Selebihnya adalah sebagai ujud panggilan demi pengabdian kepada rakyat. Kalau sudah begini kekuatan Tuhan Allah s.w.t. pun mesti disebut di sini. Soalnya, konon, suara rakyat adalah suara Tuhan (*vox populi vox dei*). Tanpa rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, mustahil bila studi ini rampung tepat pada waktunya.

Berkat bantuan moral dan material, dari semua pihak, lagi-lagi penelitian ini mustahil terlaksana. Untuk itu, sebesar-besarnya terima kasih patut terucapkan di sini :

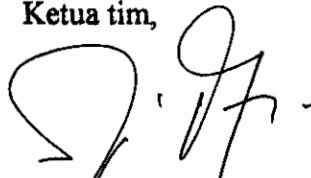
1. Rektor Universitas Diponegoro, Semarang ;
2. Pembantu Rektor bidang Akademis ;
3. Dekan Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisip), Undip ;
4. Para wadya bala di jursan Ilmu Pemerintahan, Fisip Undip, terutama ketua jurusan dan sekretaris jurusannya ; dan
5. Semua pihak yang muskil bila disebutkan di sini.

Karya ini jauh dari sempurna. Justru karena itu diminta kritik, saran, dan masukan, dari semua pihak. Tentu demi peningkatan kualitas, baik untuk penyempurnaan karya ini, maupun demi peningkatan SDM ketua tim bersama para anggotanya, agar kelak jika dapat proyek semacam begini dapat menyajikan karya yang lebih bagus dan unggul.

Terima kasih.

Semarang, 17 Agustus 2001

Ketua tim,



Nur Hidayat, S.Sos.

NIP. 132 173 215

DAFTAR ISI

Lembar Identitas	(i)
Halaman Pengesahan	(ii)
Ringkasan	(iii)
Summary	(iv)
Kata Pengantar	(v)
Daftar Isi	(vi)
Daftar Tabel	(ix)

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tinjauan Pustaka	9
1.4. Tujuan Penelitian	17
1.5. Kontribusi Penelitian	18
1.6. Metode Penelitian	19
1.7. Jadwal Penelitian	21
1.8. Personalia Penelitian ..	22
1.9. Anggaran Penelitian.	24

BAB II PROFIL MEDIA MASSA ANALISIS ISI	25
2.1. Pendahuluan	25
2.2. Profil Harian <i>Kompas</i>	26
2.3. Profil Harian <i>Suara Pembaruan</i>	28
2.4. Profil Harian <i>Suara Merdeka</i>	31
2.5. Profil Harian <i>Wawasan</i>	36
2.6. Profil Data Berita Janji Kampanye Pemilu 1999	39

BAB III MENGENAL BERITA JANJI KAMPANYE PEMILU 1999	42
3.1. Identitas Berita Janji Kampanye Pemilu 1999	42
3.2. Identitas Juru Kampanye Pemilu 1999	46
3.3. Tema Janji Kampanye Pemilu 1999	51
3.3.1. Janji bidang Ideologi, Politik, dan Hankam.....	52
3.3.2. Janji bidang Ekonomi	53
3.3.3. Janji bidang Sosial budaya	54
3.3.4. Janji bidang Hukum	55
3.3.5. Janji bidang Pendidikan	56

BAB IV PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN GENDER DALAM KAMPANYE PEMILU 1999	
4.1. Profil Berita Keperempuanan Selama Kampanye Pemilu 1999	58
4.2. Keterlibatan Juru Kampanye Perempuan	61
4.3. Keterlibatan Juru Kampanye Pria dalam Tematika Keperemp.....	62
4.4. Juru Kampanye Pengemuka Tematika Keperempuanan.....	64
4.5. Media Sebaran Kampanye Keperempuanan	65

4.5.1. Rapat Akbar	65
4.5.2. Kampanye Dialogis	67
4.5.3. Rubrik Khusus	68
4.6. Tema Janji Pemberdayaan Perempuan	68
4.6.1. Potensi Kuantitas Kaum Perempuan	68
4.6.2. Ordinasi Posisi Kaum Perempuan... ..	70
4.6.3. Sekitar Problem Kaum Perempuan	68
4.6.4. Subordinasi Buruh Perempuan	71
4.6.5. Institusionalisasi Represi Perempuan	68
4.6.6. Kaum Perempuan Dalam Perspektif Islam.....	73
4.6.7. Mendorong Apresiasi terhadap Kaum Perempuan	74
4.6.8. Disposisi Solusi Pemikiran	76
4.7. Konstruksi Janji dan Program Keperempuanan dalam Kampanye	77
BAB V PENUTUP	87
5.1. Simpulan	87
5.2. Rekomendasi	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel Bab I

1. Tabel 1-1 : DCT Perempuan Lima Parpol Besar Pemilu 1999	4
2. Tabel 1-2 : Komposisi Parpol Yang Dipimpin Oleh Perempuan	4
3. Tabel 1-3 : Profil Nasib Perempuan Indonesia Dalam Tiga Dasawarsa	10

Tabel Bab II

1. Tabel 2-1 : Contoh Jurnal Harian Kampanye Pemilu 1999	39
2. Tabel 2-2 : Profil Data Putaran Kampanye Pemilu 1999	40
3. Tabel 2-3 : Berdasarkan Frekuensi Pemuatan Keempat Surat Kabar	41

Tabel Bab III

1. Tabel 3-1 : Contoh Jurnal Harian Kampanye Pemilu 1999	42
2. Tabel 3-2 : Profil Data Berdasarkan Substansi Janji / Program	43
3. Tabel 3-3 : Rekapitulasi Berita Program Kampanye Pemilu 1999	44
4. Tabel 3-4 : Profil Data Per Putaran / Hari Pemuatan Berita Janji	44
5. Tabel 3-5 : Pemuatan Berita Berdasarkan Posisi Pemuatan	44
6. Tabel 3-6 : Berdasarkan Keseluruhan Posisi Pemuatan	45
7. Tabel 3-7 : Juru Kampanye Pemilu 1999	46
8. Tabel 3-8 : Juru Kampanye Pemilu 1999 ke-48 Partai Politik	47
9. Tabel 3-9 : Pemuatan Berita Janji Kampanye Pemilu 1999	48
10. Tabel 3-10 : Pemuatan Pernyataan Janji Kampanye Rubrik Utama	49
11. Tabel 3-11 : Kisi-Kisi Tema Janji Kampanye Pemilu 1999	51
12. Tabel 3-12 : Janji Kampanye Bidang Ideologi, Politik, dan Hankam	52
13. Tabel 3-13 : Janji Kampanye Bidang Ekonomi	53
14. Tabel 3-14 : Janji Kampanye Bidang Sosial Budaya	54
15. Tabel 3-15 : Janji Kampanye Bidang Hukum	56
16. Tabel 3-16 : Janji Kampanye Bidang Pendidikan	57

Tabel Bab IV

1. Tabel 4-1 : Profil Data Kampanye Pemilu 1999	58
2. Tabel 4-2 : Profil Data Janji Program Pemberdayaan Perempuan	59
3. Tabel 4-3 : Pemuatan Berita Janji Pemberdayaan Perempuan	59
4. Tabel 4-4 : Pemuatan Berita Janji Kampanye Pemilu Berdasarkan Posisi Pemuatan	60
5. Tabel 4-5 : Berdasarkan Keseluruhan Posisi Pemuatan	60
6. Tabel 4-6 : Juru Kampanye Perempuan Kampanye Pemilu 1999	61
7. Tabel 4-7 : Juru Kampanye Pria Pengemuka Isu Keperempuanan	63
8. Tabel 4-8 : Juru Kampanye Kaum Pria Pengemuka Isu (Lanjutan dari atas)	64
9. Tabel 4-9 : Cara Penyampaian Kampanye Pemilu 1999	66
10. Tabel 4-10 : Wahana Dialogis Kampanye Perempuan Selama Kampanye	67
11. Tabel 4-11 : Wahana Rubrik Khusus Kampanye Perempuan	68
12. Tabel 4-12 : Konstruksi Janji dan Program Keperempuanan	77

BAB I PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Meskipun agak simplifikatif dalam menyusun kerangka berpikir, maka gerakan gender, perempuan, atau gerakan feminisme di Indonesia lainnya, jika tidak dimonopoli oleh kalangan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), maka gerakan tersebut belum mendapat tempat di hati publik secara luas. Keterlibatan LSM, khususnya LSM perempuan, misalnya, peranannya masih cukup signifikan. Oleh karena itu tidak salah bila dikatakan bahwa gerakan perempuan bersifat elitis, karena sekadar melibatkan orang-orang praksis dengan jumlahnya terbatas di lapangan kegiatan. Betapapun itu juga telah bermanfaat bagi pemberdayaan kultural, namun efektivitas perjuangan LSM patut disanksikan efektivitasnya. Gerakan feminisme, isu-isu gender, serta pemberdayaan nasib kaum perempuan di Indonesia belakangan ini masih bersifat elitis. Ya itu tadi, bila tidak dimonopoli LSM, maka elitisitas gerakan terlihat pula pada ketiadaan memasuki wilayah-wilayah struktur dan kekuasaan politik di Indonesia (Symth & Grijn, 1999:90). Sementara penindasan dan bentuk-bentuk arogansi terhadap posisi perempuan Indonesia, seperti juga di belahan bumi lain, adalah persoalan struktural. Dalam posisi ini, sudah saatnya jika para aktivis perempuan mengubah pendekatan aktivitas : Dari pendekatan yang (semula sifat *elitis*) menuju ke arah pendekatan *populis* dan *strukturalis*. Reorientasi di sini dapat didefinisikan sebagai pendekatan dari di luar sistem politik (parlemen) untuk kemudian masuk ke dalam sistem politik (*within parliament*). Dalam hal ini artikulasi yang dilakukan masuk ke dalam lobi politik, juga desakan kepada para aktivis yang berada di lembaga legislatif, baik legislatif daerah kabupaten/ kota, legislatif provinsi, maupun legislatif pusat.

Sekadar evaluasi saja, selama ini aktivis LSM maupun perempuan tidak mengakrabi kalangan legislatif itu. Aktivitas mereka berada di sektor lapangan dan wacana belaka. Ada dua alasan sehingga perlunya kalangan LSM mengubah cara pandang tersebut. *Pertama*, berubahnya sistem politik otoritarian menuju demokratisasi pada masa euforia politik, terutama sejak jatuhnya kekuasaan Orde Baru. Momentum itu sedemikian penting, oleh karena selama ini setiap aspirasi masyarakat hampir pasti tidak

teragendakan secara memadai dalam sistem politik yang ada. Kekuatan negara, yang semestinya menampung setiap agenda persoalan kemasyarakatan, dalam kenyataannya meluber (*melting pot*) begitu saja dalam agenda-agenda demonstrasi dan bahkan kekerasan massa. Di sini, langkah menempatkan aktivitas LSM sebagai bagian dari agenda bangsa, termasuk di dalamnya adalah mengartikulasikan kepentingan kaum perempuan, adalah langkah awal strategis.

Kedua, dengan era transisi menuju demokrasi ini, maka peluang bergantinya orientasi pembangunan juga makin terbuka luas. Karena setiap pergantian rezim, dan gejala ini menguat pula di Indonesia, maka berganti pula segenap prinsip-prinsip pembangunan nasional. Dalam istilah pembangunan, kini terjadi pergeseran paradigma (*shift paradigm*). Seperti diketahui, bahwa selama 32 di bawah kekuasaan Orde Baru, kekuatan negara mengokohkan corak pembangunanisme (*developmentalisme*). Dalam pembangunanisme, setiap sektor masyarakat diabdikan bagi kepentingan negara. Posisi gender, termasuk di dalamnya kaum perempuan, adalah posisi subordinat dari ordinasinya pembangunanisme tersebut. Dengan mengaburkan posisi sang ordinar dalam masa transisi menuju demokrasi sejati ini, gerakan pemberdayaan perempuan, seperti juga diharapkan Uhlin (1999 : 129), akan terjadi proses akselerasi dan transformasi yang signifikan bagi apresiasi kaum perempuan. Singkatnya, dalam era multipartai terbuka peluang kaum wanita akan lebih *articulated*. Era demokrasi menjanjikan perbaikan nasib perempuan.

Ketiga, kedua alasan di atas menemukan momentumnya bila mencermati data calon legislatif (caleg) anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Pemilu 1999 lalu. Berdasarkan data Panitia Pemilihan Indonesia (PPI), terlihat caleg dari unsur perempuan sesungguhnya dapat diberdayakan secara optimum. Memang, jika dibandingkan dengan pada masa Orde Baru yang pernah mencapai angka 16 %, caleg perempuan dari ke-48 partai cuma 12, 6 %, bahkan hanya 4, 3 % di urutan nomor 1 s.d. 5 alias nomor jadi. Dengan angka-angka itu, secara realistis ia tidak menjanjikan signifikansi terhadap perjuangan kaum perempuan ; namun akankah nilai kuantitas tidak bisa menjadi pertimbangan tersendiri manakala terjadi perubahan sistem politik sekarang ini, dimana struktur politik yang kini sudah banyak berubah. Seperti yang sudah dikemukakan di atas, perubahan sistem politik sekarang ini telah mengalami pergeseran paradigma itu. Ini bila

dibandingkan di era Orde Baru. Oleh karena perubahan itu makin mengartikulasikan perjuangan dari rakyat, sementara unsur rakyat itu sangat membuka katup aspirasi rakyat. Di sini bukan tidak mungkin bila aktivis perempuan itu dalam waktu-waktu mendatang itu akan lebih diperhatikan jika memang di antara mereka lebih aktif mendesak kepentingan-kepentingan kaum perempuan di tingkat parlemen.

Efektivitas angkat 57 % itu tidaklah begitu menarik dibandingkan dengan apa yang ada di balik seruang dari segenap aktivis perempuan dan gender, yakni bahwa elite gender ternyata bukan sekadar membangun isu pemberdayaan perempuan dan persamaan hak-hak politik serta reproduksinya, tetapi secara inklusif menekankan partai-partai itu untuk menempatkan perempuan secara seimbang di dalam politik (kekuasaan). Agaknya baru pada pemilu sekarang ini isu-isu gender dan kaum perempuan dilansir begitu deras sebagai komoditas dan konsumsi terutama pada kampanye Pemilu 1999 yang diucapkan oleh para jurkam. Selama pemilu-pemilu pada masa Orde Baru, kekuasaan senantiasa menerapkan hak memilih untuk semua (*universal suffrage*), dan bukannya suatu orientasi berdasarkan per unsur dari kelompok masyarakat (*segmentative suffrage*), di samping hak kebebasan untuk dicalonkan.

Berkaitan dengan posisi perempuan dalam proses-proses politik selama Pemilu 1999 serta fenomena yang menyertainya, maka dua sudut pandang hendak dikemukakan di sini. Hal itu, tentu, berkaitan dengan harapan artikulasi kepentingan kaum perempuan dan gender. *Pertama*, berdasarkan Daftar Calon Tetap (DCT) yang dipublikasikan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), maka secara kuantitas ke-48 partai peserta pemilu telah mengkover kebutuhan akan sistem emansipasi dan sadar gender. Memang, bahwa jumlah tidak menuntut kualitas-kualitas tertentu sehingga dengan sendirinya nasib perempuan dapat disandarkan pada jumlah caleg yang terdaftar ; namun bagaimana bukti dapat dikemukakan seandainya jumlah saja belum bisa diungkapkan. Dalam hal ini juga, bahwa partai politik yang dipimpin kaum pria ternyata banyak partai politik yang mencalonkan figur-figur perempuan dibandingkan dengan partai politik yang dipimpin oleh kaum perempuan itu sendiri. Kenyataan ini cukup ironis, meski belum dapat dijadikan satu-satunya indikasi untuk kemudian lebih peduli saat ia berkuasa kelak, namun setidaknya dari prioritas pengambilan keputusan dalam menempatkan jenis perempuan pada tempat yang semestinya, yakni berdasarkan asas representasi oleh karena demokrasi

itu mensyaratkan adanya asas *representativeness*, maka maka perhatian secara kuantitas adalah adanya kemauan politik (*political will*) dari para elite pengelola kepartaian itu. tabel-1).

Tabel 1-1
DCT PEREMPUAN LIMA PARPOL BESAR PEMILU 1999 *)

No.	Partai Politik	JUMLAH	CALEG PEREMPUAN	Ket.
1.	Partai Persatuan Pembangunan	535	40 = 7,5 %	
2.	PDI-Perjuangan	563	48 = 8,5 %	
3.	Partai Amanat Nasional	538	37 = 6,9 %	
4.	Partai Golkar	856	110 = 12,9 %	
5.	Partai Kebangkitan Bangsa	523	40 = 7,6 %	

Catatan :

1. Perhitungan Sampai tanggal 11 Juni 1999 ini dalam perkiraan.
2. Sumber : Info aktual *Swara*, No. 9, 10 Juni 1999.

Dibandingkan pemilu-pemilu selama Orde Baru berkuasa, secara kuantitas caleg perempuan mengalami peningkatan. Pada pemilu yang usai diselenggarakan pada tanggal 7 Juni 1999 yang lalu, terdapat sekitar 1.500 orang caleg perempuan dari keseluruhan 11.583 orang (13 %) ; Sementara pada pemilu 1992 caleg perempuan adalah 247 orang (10,88 %). Dalam pemilu 1955, pemilu pertama di Indonesia, caleg perempuannya adalah 161 orang (2,80 %) dari 5.475 caleg anggota Badan Konstituante (parlemen pertama), yang diwakili oleh dua partai politik gender Partai Wanita Rakyat (PWR) pimpinan Ny. Soelandari Mangunsarkoro dan PWR pimpinan Ny. Iwa Kusuma Sumantri.

Bagaimana caleg "partai perempuan" pada pemilu 1999 ? Ternyata di bawah angka-angka di atas. Empat partai yang dipimpin oleh perempuan justru caleg perempuannya di bawah partai-partai pria (tabel-2).

Tabel 1-2
KOMPOSISI PARPOL YANG DIPIMPIN OLEH PEREMPUAN

No	Partai Politik	Ketua Umum	Jumlah Caleg	Caleg Perempuan	Ket.
1.	Partai Krisna	Ny. Clara Marlon L.S.T.	224	24 = 10,7 %	> 50 %
2.	PNI-Supeni	Ny. Supeni	248	34 = 13,7 %	> 50 %
3.	PDI-P	Megawati Soekarno P.	563	48 = 8,5 %	> 60 %
4.	P. MKGR	Ny. Mien Sugandhi	234	53 = 22,6 %	> 60 %

Sumber : Data diolah oleh Nur Hidayat Sardini dari KPU, PPI, Info aktual *Swara*, No. 9, 10 Juni 1999, serta *Suara Pembaruan*, 1 Juni 1999.

Meskipun belum mengindikasikan bahwa dengan kurangnya prosentase setiap parpol untuk caleg perempuan, karena perhatian itu justru terlihat saat para caleg perempuan dapat memainkan peranannya in parlemen ; namun setidaknya-tidaknya perhatian itu sesungguhnya tolok ukur angka perhatian. Namun, setidaknya-tidaknya karena jumlah pemilih perempuan adalah 57 %, maka wajar saja jika tuntutan untuk adanya proporsionalitas suara dikedepankan.

Kedua, secara kualitas program partai politik yang dikemukakan oleh ke-48 partai politik belum menyentuh akar-akar persoalan. Seperti yang tercermin dalam masa-masa Kampanye Pemilu 1999 yang berlangsung antara tanggal 19 Mei s.d. 4 Juni 1999, ke-48 parpol belum secara merata telah mengemukakan *platform*, visi, dan missinya jika memenangkan Pemilu 1999 secara jelas dan terarah. Hal itu setidaknya-tidaknya yang terungkap dalam berbagai laporan media massa cetak dan elektronika.

Selain itu, dalam hal visi, misi, dan yang secara umum diistilahkan dengan *platform* partai, terungkap pula sejumlah janji-janji politik yang diucapkan oleh para jurkam partai politik saat mereka menyampaikan orasi politiknya di depan massa kampanye yang mendengarkannya. Sebagai bagian dari upaya untuk menarik massa, maka janji-janji saat kampanye dan penyampaian program-program partai politik seakan sudah menjadi suatu keharusan bagi aktivis partai politik. Tanpa suatu keharusan pun, seorang partai politik akan sering terjebak untuk dapat membagikan janji-janji dan program partai politik di depan khalayak yang hadir. Karena biasanya, terdapat problem psikologis di antara para jurkam saat tanpa sadar, barangkali, terdesak untuk terpaksa mengeluarkan janji-janji politiknya. Jika sudah demikian, maka pertanggungjawaban terhadap para juru kampanye (jurkam) parpol yang mengeluarkan janji-janji politiknya, akan tercatat oleh para wartawan dalam lembaran-lembaran laporan jurnalistiknya.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dicatat janji-janji kampanye yang telah diucapkan oleh ke-48 juru kampanye (jurkam) partai politik selama masa kampanye itu yang pernah dimuat pada dua harian nasional dan dua harian daerah. Mengapa harus janji dan program selama masa kampanye, serta mengapa harus studi analisis isi (*content analysis*) pada surat kabar ? Mengapa tidak juga melakukan analisis isi dari media elektronika atau buku-buku manifesto politik yang diterbitkan oleh ke-48 partai politik

yang jelas-jelas tertulis secara sistematis ? Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, ada dua alasan yang signifikan untuk dikemukakan di sini.

Pertama, bahwa surat kabar itu mengkonotasikan keterjangkauan, murah, dan terdokumentasi. Artinya, massa pembaca dengan kantong yang amat terbatas sekalipun, namun jika ada kehasratan untuk melakukannya, maka membaca koran relatif terjangkau oleh kantong konsumen pembaca. Surat kabar bisa tergolong murah atau ekonomis, oleh karena dengan harga yang sejangkau-jangkaunya dapat dibeli oleh masyarakat pembaca, ia menjanjikan kekayaan informasi, pengetahuan umum, dan juga mengandung unsur-unsur pendidikan bagi para pembacanya. Di samping itu, surat kabar sifatnya terdokumentasi sehingga jika setiap orang ingin membuktikan terhadap janji-janji apa yang telah diucapkannya, maka asal ada kemauan untuk membuka-buka kembali janji-janji politik yang pernah dimuatnya, maka dengan mudah setiap orang dapat membukanya kembali. Dengan demikian, konsekuensi pertanggungjawabannya pun sesegera mungkin terrealisasikan secara hukum dan moral.

Faktor-faktor itu tidak dengan mudah didapat jika studi analisis dilakukan terhadap janji-janji politik dan program kampanye berdasarkan media elektronika. Di samping studi analisis isi pada media massa elektronika berkecenderungan kurang verifikatif, karena tidak semua orang yang ingin mengkaji kembali terhadap apa yang pernah diekspose dapat dengan mudah mengulangkaji seperti yang pernah dimuat di media cetak. Dengan begitu, seandainya terdapat protes (*complain*) dari parpol yang merasa tidak berjanji namun dianggap oleh analisis ini berjanji berdasarkan pembuktian datum, maka jelas ini membantu kesahihan metodologis penelitian ini. Jika analisis ini dilakukan untuk media elektronika misalnya, aspek verivikatifnya banyak mengalami kendala-kendala teknis dan metodologis.

Di samping pada media elektronika tidak semua segmen masyarakat dapat menjangkaunya. Keterjangkauan dalam mengakses pada media ini hanya dimiliki oleh mereka yang terdidik dan dari segi akses ekonomi relatif lebih baik daripada mereka yang dikelompokkan sebagai segmen terrendah dari masyarakat kita. Penelitian ini, oleh karenanya, ingin menjangkau sedapat mungkin agar dapat dimiliki oleh semua segmen masyarakat.

Kedua, bahwa analisis isi diharapkan dapat membentuk sebuah konstruksi janji-janji yang telah dilontarkan para jurkam dan elite politik ke-48 parpol selama kampanye Pemilu 1999 lalu. Empat harian yang kami jadikan studi adalah *Kompas* dan *Suara Pembarua*. Alasan memilih kedua harian nasional itu, di samping jangkauan dan jaringannya hampir menjangkau seluruh sumber-sumber berita di seluruh tanah air, dengan demikian diasumsikan kedua harian itu dapat mengcover semua yang diucapkan oleh para jurkam dan elite partai politik, sehingga asas representasi dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, untuk harian *Kompas* yang terbit pada pagi hari, diharapkan dapat menjangkau ekspose berita janji pemilu pada pagi harinya ; sementara untuk siang harinya harian *Suara Pembaruan* dapat menjangkau sumber-sumber berita kampanye pada siang harinya.

Dengan alasan yang sama, kedua harian lokal *Suara Merdeka* dan *Wawasan*, yang jangkauan dan jaringannya menguasai tiras di Jawa Tengah, diharapkan memenuhi daya keterjangkauan dalam mengcover sumber-sumber berita, baik pagi harinya untuk *Suara Merdeka* dan harian *Wawasan* untuk siang / sore harinya.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Dalam penelitian ini ingin diketahui bagaimana jenis-jenis janji kampanye dan janji program politik yang telah diucapkan oleh para jurkam dan elite politik selama pelaksanaan kampanye Pemilu 1999. Pengangkatan tema ini penting di samping karena alasan yang sudah diuraikan di bagian muka usulan ini, juga karena masih langkanya studi tentang janji-janji kampanye yang dilakukan. Biasanya, studi tentang pemilu sebatas menyangkut persoalan yang sifatnya kualifikasi kampanye dan lingkup-lingkup yang menyertainya. Apalagi jika janji politik dan program di bidang gender dan lingkup perempuan belum pernah (?) mendapat tempat tersendiri dalam setiap gagasan yang merelasikan antara kepentingan perempuan dengan konsistensi partai politik dalam memperjuangkan nasib gender dan perempuan di Indonesia ini.

Janji-janji kampanye dan program ke-48 partai politik dalam penelitian ini akan diukur dari pernyataan yang dilontarkan oleh para jurkam dan elite politik parpol. Pengangkatan tematik penelitian di seputar janji-janji dilatarbelakangi oleh dua alasan. *Pertama*, isu-isu janji, program gender dan perempuan, dapat dimasukkan dalam tema-

tema besar demokratisasi ; sementara persoalan demokratisasi sangat relevan jika dikaitkan, sekali lagi, dengan persoalan moralitas politik dari para juru kampanye dan elite politik dari partai politik yang pernah mengucapkannya. Demokrasi adalah soal komitmen, konsistensi, dan juga implementasi dari moralitas serta kejujuran dari pelaku-pelaku politik yang berada pada lembaga partai politik.

Kedua, peristiwa kampanye dan pelaksanaan Pemilu 1999 dalam sejarah politik dan demokrasi di Indonesia adalah peristiwa besar. Sepanjang sejarah pemilu di Indonesia, janji-janji kampanye menguap begitu saja, tanpa ada gugatan dari masyarakat. Setelah sebuah parpol memenangkan pemilu, biasanya tidak ada pertanggungjawaban dari parpol, karena rakyat pun tidak jarang mempermasalahkannya. Oleh karena itu, dari penelitian ini ingin mengajak kepada khalayak untuk mendidik rakyat agar secara konsisten mengontrol janji-janji politik dan program yang pernah dijanjikan para jurkamnya lewat media massa cetak yang memuatnya.

Media massa cetak yang akan dipilih dalam penelitian ini adalah surat kabar *Kompas* dan *Suara Pembaruan* untuk jangkauan nasional, serta harian *Suara Merdeka* dan *Wawasan* untuk jangkauan daerah. Pilihan ini juga didasarkan atas waktu pemuatan pagi hari untuk *Kompas* dan *Suara Pembaruan*, serta *Suara Pembaruan* dan *Wawasan* untuk jangkauan waktu karena kedua surat kabar yang disebut terakhir itu terbit pada siang dan sore harinya. Dengan alasan jangkauan lingkup nasional dan jangkauan waktu pemuatan menguber sumber berita tersebut, demikian demikian, dapat memperkuat kesahihan metodologi penelitian ini. Periode yang dikaji dalam analisis isi berita penelitian ini pada saat pelaksanaan kampanye Pemilu 1999 yang berlangsung (dan dimuat pada ke-4 harian itu) antara tanggal 19 Mei hingga 4 Juni 1999. Pereodisasi ini dimaksudkan juga guna membatasi volume data yang akan dikaji.

Kelompok yang diangkat dalam penelitian ini adalah substansi berita janji-janji kampanye yang telah dilontarkan dan diucapkan oleh para juru kampanye dari ke-48 partai politik. Janji-janji kampanye ialah menyangkut program tentang gender dan persoalan-persoalan keperempuanan. Dalam hal ini, pembidangan janji-janji kampanye itu dikelompokkan menjadi beberapa substansi janji yang meliputi : (1) Pemberdayaan nasib kaum perempuan di bidang pendidikan ; (2) Tenaga Kerja Wanita ; (3) Isu-isu lintas dan Bias Gender ; (4) Relasi Agama dan Wanita ; (5) Wanita dalam kehidupan