

Popularity Melalui Track Record Di Panggung Politik

Andrean Aldianto¹⁾, Piers Andreas Noak²⁾, Mirah Mahaswari³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: andreanaldianto19@gmail.com¹, piersandreasnoak@unud.ac.id², mahaswari@unud.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to determine how someone who has participated in a national talent search event, namely Puteri Bali and Miss Indonesia, then becomes a public figure (influencer) and becomes a political actor. This research is framed by using the Sociometric Popularity theory by AL Freedman, seeing that the Princess Bali label (dropout) is very influential in popularity so that it benefits her electability on the political stage. The research method used is descriptive qualitative method using primary data and secondary data, because it describes and describes Yunita Oktarini as a political actor. The results of the research are: first, Yunita Oktarini uses her title as Putri Bali to increase her electability in society. Second, mutualism symbiosis, which is mutual benefit between Yunita and political parties. Third, the inner circle is a supporting factor and support for mass organizations obtained from their proximity to the party elite.

Keywords: Popularity Sociometric, People Power, Relatives Relationship, Electability

1. PENDAHULUAN

Dunia perpolitikan di Bali mendapatkan sebuah warna baru, dimana masuknya budaya populer melalui *public figure* seolah menjadi cerminan bahwa kekuasaan dan politik saat ini tidak hanya diisi oleh elit-elit seperti kalangan penguasa, kelompok ningrat, dan keturunan pejabat terdahulu. Sehingga banyak dari kalangan tersohor seperti artis (selebriti) yang tidak memiliki darah politik pun ikut tertarik untuk terjun dalam dunia perpolitikan. Dalam segi keterlibatan, mereka tidak hanya sebagai objek untuk menarik simpatian massa, namun lebih dari itu. Para artis ikut menjadi subjek dalam perebutan kekuasaan, khususnya melalui pemilihan calon anggota legislative, baik ditingkat daerah maupun nasional. Hal ini didukung juga oleh kompetisi politik yang menuntut setiap calon memiliki kepopuleran dimasyarakat, sehingga dalam

kesempatan ini dijadikan peluang bagi para artis untuk berkompetisi dalam perebutan kekuasaan.

Studi *voting behavior*, seseorang yang mengikuti pemilihan dapar terpilih atau tidak dalam kontestasi secara langsung harus mampu memenuhi keinginan masyarakat melalui tiga tahapan, yaitu: popularitas, elektabilitas, dan kapasitas. Popularitas sendiri berarti bahwa sejauh mana masyarakat mengenal seseorang yang ikut dalam kontestasi politik. Kemudian popularitas mendorong pemahaman pemilih guna melihat kandidat pantas atau tidak mewakili suara publik. Jika dalam nilai kepantasan susah memadai, maka pasti akan membuat elektabilitasnya naik, sehingga tidak mengherankan apabila seseorang yang memiliki kepopuleran tinggi akan memiliki

peluang mendulang suara lebih tinggi dari para konsituen.

Dalam hal elektabilitas, seseorang yang memiliki kepopuleran seperti para artis kemudian mampu meningkatkan elektabilitasnya merupakan sebuah loncatan besar dalam dunia perpolitikan Indonesia sebagai wujud dari konsolidasi demokrasi, yaitu kecenderungan partai untuk memberikan ruang dan mencalonkan seseorang yang memiliki kepopuleran (Mietzner, 2009). Pada periode sebelumnya, seseorang lebih fokus kepada pengaruh politik atau kapasitas finansial, akan tetapi belakangan ini popularitas telah mampu menggeser hal tersebut. Popularitas secara individual merupakan senjata yang ampuh dalam partai politik selama sepuluh tahun berjibaku dalam pemilihan umum (pemilu). Bergesernya orientasi tersebut, ditangkap oleh sebagian besar partai guna melakukan peminangan dadakan kepada artis agar menambah elektabilitasnya di masyarakat.

Selanjutnya, dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep popularity sociometric dari Al Freedman. Konsep ini digunakan untuk menelisik kepopuleran seseorang serta pengaruhnya terhadap elektabilitasnya dipolitik. Gagasan Al Freedman mengenai popularity sociometric menjadi relevan untuk melihat keberhasilan Yunita Oktarini yang memiliki predikat Puteri Bali di panggung politik.

Berdasarkan uraian diatas, penulis bermaksud untuk mengangkat penelitian dengan judul : *Popularity Sociometric Perempuan Melalui Track Record Dipanggung Politik* yaitu bagaimana embel puteri bali menjadi kosmetika politik serta mencari tau

bagaimana cara Yunita dalam memperjuangkan gelar dan jabatannya.

2. KAJIAN PUSTAKA.

Teori Popularity Sovereignty

Keterpilihan seseorang ditentukan oleh kualitas orang tersebut. Secara umum keterpilihan lebih dikenal dengan kata "popularitas", popularitas sudah terserap dalam bahasa Indonesia. Popularitas sendiri memiliki arti ketertarikan seseorang dalam memilih. Popularitas merupakan bagian dari elektabilitas. Popularitas berasal dari kata populer yang memiliki arti yaitu terkenal, dikenal, atau disukai. Arti elektabilitas secara umum yaitu tingkat ketertarikan yang disukai atau dipilih (KBBI, 2010).

Popularitas merupakan modal yang sangat berharga yang harus dimiliki oleh siapapun untuk terjun dalam publik. Popularitas seseorang dapat menjadi salah satu aspek yang mendukung seseorang untuk memperoleh kekuasaan. Pemilihan Umum, Pilpres, serta Pemilihan Kepala Daerah kepopuleran seseorang calon atau kontestan sangat mendominasi dan menentukan bagi pilihan ditentukan oleh rakyat.

Menurut Nimmo (2008), dengan adanya modal popularitas maka akan lebih mudah bagi seseorang atau figur tersebut untuk mencuri perhatian masyarakat, melalui pemberitaan media yang diharapkan nantinya akan mempunyai nilai tambah untuk meningkatkan atau mendongkrak elektabilitas. Untuk mewujudkan semua itu, perlu dibangun pencitraan yang baik ditengah masyarakat, agar nantinya timbul

simpati dan keberpihakan masyarakat kepada tokoh atau figur tersebut. Popularitas juga terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

Popularitas *sovereignty* dapat diartikan bagaimana seseorang disukai oleh seorang individu. Keinginan ini berkorelasi oleh perilaku prososial. Mereka yang bertindak dalam cara prososial cenderung lebih dianggap populer. Mereka sering dikenal karena perilaku interpersonal yang mereka lakukan, mereka empati untuk orang lain, dan kesediaan mereka untuk bekerja sama dengan non-agresif.

Mobilisasi Massa

Dengan memanfaatkan organisasi massa, popularitas berguna untuk menggandeng nama-nama ormas tersebut untuk bias mendapatkan dukungan suara. Begitupun juga ormas tersebut tidak semena-mena untuk mendukung tanpa mengharapkan imbalan. Ormas yang dimaksud yaitu organisasi masyarakat yang memang sangat berpengaruh diwilayah tersebut dengan kata lain ormas tersebutlah yang memiliki basis suara untuk memenangkan salah satu aktor politik untuk berkuasa. Keterkaitan penjelasan diatas tentang penelitian ini adalah mengenai sebuah kepopuleran yang mempengaruhi bagaimana massa bergerak untuk memilih kandidat terpilih dari PDIP yang dimobilisasi agar mendukung penuh dan layak duduk di kursi anggota DPRD Kabupaten Badung.

Network Elit Politik

Istilah *network society, nettsamfunn*, diciptakan oleh seseorang berkebangsaan Norwegia bernama Stein Braten dalam

bukunya yang berjudul *Modellerav menneske og samfunn* (1981). Kemudian istilah itu digunakan dalam bahasa belanda, ditulis oleh Jan van Dijk dalam bukunya yang berjudul *De Netwerkmaatschappij* (1991) (*The Network Society*) dan oleh Manuel Castells dalam *The Rise of The Network Society* (1996), bagian pertama dari trilogi yang ia tulis, berjudul *The Information Age*.

Van Dijk mendefinisikan masyarakat jaringan sebagai masyarakat yang merupakan kombinasi dari sosial dan jaringan media lalu menciptakan bentuk organisasinya yang paling awal dan struktur yang paling penting di semua tingkatan/level (individu, organisasi dan masyarakat). Ia membandingkan jenis dari masyarakat ini dengan masyarakat luas yang dibentuk oleh kelompok-kelompok, organisasi dan komunitas (massa) yang diorganisir dalam pertemuan secara langsung. Van Dijk berpendapat bahwa masyarakat di setiap skala paling baik dilihat sebagai jaringan (networks of networks) daripada dilihat sebagai kelompok-kelompok yang dibagi dalam struktur hirarkis. baru-baru ini, Wellman telah memberikan kontribusi untuk teori analisa jaringan sosial dengan penekanan pada jaringan individu, dikenal sebagai jaringan individualism. Dalam studinya, Wellman berfokus pada tiga poin utama dari masyarakat jaringan: masyarakat, pekerjaan dan organisasi. Dia menyatakan bahwa dengan kemajuan teknologi yang baru, masyarakat yang individualis dapat digolongkan secara sosial dan spasial. Organisasi juga bisa mendapatkan keuntungan dari perluasan jaringan yang

memiliki hubungan dengan anggota organisasi berbeda yang dapat membantu dengan isu-isu spesifik.

Dalam penelitian ini, Puteri Bali sebagai label yang bisa membuat popularitasnya tinggi disorotan media, tetapi lebih berfungsi ketika para agen mencari dukungan lewat berbagai macam keinginan dari pemilihnya. Kemudian, aktor politik penelitian ini yaitu Yunita Oktarini selaku Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Badung fraksi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P). Kemenangan Yunita Oktarini pada Puteri Bali tahun 2004, menaikkan popularitasnya disosial media dimedia massa sehingga tidak perlu mempromosikan kualitasnya yang luas untuk dirinya. Dan, secara tidak langsung, Yunita Oktarini telah bekerja untuk memobilisasi suara. Maka disini terlihat pemanfaatan embel-embel Puteri Bali untuk melanggengkan relasi kepada masyarakat dan meraih suara.

Secara sosial, embel Puteri Bali memiliki peran sebagai penghubung antara masyarakat dengan karir, partai ataupun pemerintah, yang mana sebagai perantara untuk mempermudah melangkah ke jenjang. Dalam hal ini, teori Popularity sociometric dari *Al Freedman* sesuai untuk menjadi pisau analisis dalam penelitian ini.

3. METODE PENELITIAN

Peneliti dalam penelitian popularity sociometric ini, ingin menemukan, memahami, memperoleh, dan mampu menjelaskan bagaimana gambaran permasalahan tentang penelitian ini, melalui: pertama, memusatkan diri kepada permasalahan yang ada pada masa saat ini atau madalah actual; Kedua,

seluruh data yang diperoleh kemudia di susun dan dianalisis dengan baik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif menurut Strauss (1980) yangmana jenis penelitian ini menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak diperoleh dengan menggunakan prosedur statistic ataupun dengan cara kuantifikasi(pengukuran). Jenis penelitian kualitatif yang digunakan adalah jenis pendekatan naturalistik. Naturalistik adalah penelitian yang bersumber dari data-data dari situasi wajar (natural setting) atau tanpa adanya manipulasi. Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana tanggapan dari individu, instansi maupun objek yang relevan terlibat dalam penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Popularity Sociometric Yunita Oktarini

Popularitas sosiometri adalah persepsi kolektif, dan individu melaporkan konsensus perasaan kelompok terhadap individu atau objek saat menilai popularitas. Dibutuhkan sekelompok orang untuk menyukai sesuatu, jadi semakin banyak orang yang mengadvokasi sesuatu atau mengklaim bahwa seseorang paling disukai, semakin banyak perhatian yang didapat, dan semakin populer itu akan dianggap.

Teori AL Freedman dalam buku popularitas dijelaskan . Model 3 Faktor mengusulkan upaya untuk mendamaikan dua konsep sosiometri dan popularitas yang dirasakan dengan menggabungkannya secara ortogonal dan memberikan definisi yang berbeda untuk masing-masing. Dengan melakukan hal itu, ini mempertemukan fakta kontra intuitif bahwa menyukai tidak menjamin popularitas yang dirasakan dan popularitas

yang dirasakan tidak menjamin disukai dengan baik.

Dalam hal ini, penampilan fisik telah digunakan sebagai salah satu indikator popularitas. Daya tarik memainkan peran besar di tempat kerja dan penampilan fisik mempengaruhi perekrutan, terlepas dari apakah pekerjaan tersebut dapat memperoleh manfaat darinya atau tidak. Misalnya, beberapa pekerjaan, seperti wiraniaga, mendapat manfaat dari daya tarik ketika sampai pada intinya, tetapi ada banyak penelitian yang menunjukkan bahwa, secara umum, daya tarik sama sekali bukan prediktor yang valid dari pekerjaan di tempat. kinerja. Banyak orang sebelumnya mengira ini hanya fenomena dalam budaya yang lebih individualistis di dunia Barat, tetapi penelitian telah menunjukkan bahwa daya tarik juga berperan dalam perekrutan dalam budaya kolektif juga. Karena prevalensi masalah ini selama proses perekrutan di semua budaya, para peneliti telah merekomendasikan melatih sebuah kelompok untuk mengabaikan pengaruh tersebut, seperti halnya undang-undang telah bekerja untuk mengontrol perbedaan dalam jenis kelamin, ras, dan disabilitas.

Berawal dari tahun 2004 Yunita mengawali karirnya dibidang entertain yaitu mengikuti ajang pencarian bakat sebagai Puteri Bali dan mengembangkan karirnya dikancah nasional sebagai Miss Indonesia. Kemudian terjun ke politik dan bergabung dalam Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) sebagai wadah politiknya untuk bisa maju ke pemilihan legislatif yang dimodali oleh kepopulerannya sebagai Puteri Bali didunia entertain dan direkrut oleh partai

besar sekaligus menaikkan elektabilitas partai tersebut. Yunita sudah terbukti memenangkan pemilihan legislatif pada tahun 2009 melalui modal yang ia miliki yaitu predikat dan kepopulerannya didunia entertain serta banyaknya masyarakat diwilayah kuta selatan juga sangat berharap bahwa akan ada perubahan semenjak masuknya perempuan muda asli kedonganan yang memberikan kontribusi terhadap masyarakat.

PDIP pun juga menerima dampak positifnya terhadap perekrutan seseorang yang memiliki kepopuleran didunia entertain. Hal ini sama-sama menguntungkan kedua belah pihak antara Yunita dengan PDIP. Yunita sendiri sendiri juga berpotensi untuk menaikkan elektabilitas partai.

Dalam kontestasi politik kekuatan popularitas merupakan salah satu pendukung kekuatan calon ketika bertarung pada pemilihan legislatif maupun eksekutif. Kekuatan popularitas juga memiliki jaringan-jaringan ataupun memiliki massa yang solid dan memperlihatkan bentuk konkret yang diperlukan oleh calon legislatif maupun calon eksekutif dalam kontestasi politik. Puteri Bali merupakan agensi yang digunakan sebagai pamor Yunita Oktarini dalam Pemilihan anggota legislatif atau masuk ke dalam sistem pemerintahan tidak bisa menggunakan satu kekuatan (parpol), akan tetapi harus ada kekuatan dari luar partai yang mendukung dan memiliki massa seperti Semeton GB.

Predikat Puteri Bali ini merupakan hal yang sangat berpengaruh ketika berkaitan dengan aspek politik, dimana popularitas tersebut akan mendukung elektabilitasnya untuk maju dipemilihan legislatif dan bergabung dipartai politik sekaligus

menguntungkan bagi partai politik tersebut. Calon yang didukung merupakan elite yang memiliki modal – modal seperti kepopuleran yang merupakan sektor utama dalam terjalannya bentuk relasi tersebut. Masuknya Yunita ke PDIP sangat menguntungkan bagi partai tersebut karena bisa merekrut orang yang memiliki kepopuleran sebagai public figure. Dari segi keuntungan PDIP mendapatkan suara simpatisan dari kaum milenial karena secara tidak langsung circle Yunita sendiri adalah kelompok entertain yang memiliki kepopuleran yang sama dipublik. Dari hal tersebut Yunita dengan gelar Puteri Balinya merupakan Popularity Sociometric.

Elektabilitas Yunita Oktarini

PDIP sebagai salah satu partai besar yang menguasai daerah Kuta Selatan memiliki power dalam daerah pemilihan didaerah tersebut, Yunita secara tidak langsung memiliki relasi dengan Bagus Alit Sucipta (Gus Bota) yaitu Ketua Umum salah satu Ormas Terbesar di Bali yaitu Baladika Bali yang adalah suami dari Yunita sendiri yang dimana adalah kader partai PDIP yang sekarang juga menjabat sebagai Anggota DPRD Badung. Dalam hal ini sangat membantu Yunita untuk menggalang suara pada pemilihan legislatif karena banyak faktor pendukung dilihat dari suaminya sendiri sudah memiliki massa diberbagai daerah yaitu Semeton Gus Bota. Gus Bota juga merupakan salah satu kader PDIP yang memiliki pengaruh kuat dalam hubungan Bupati Badung yang adalah sama-sama dari partai PDIP. Relasi antara Yunita dengan Gus Bota saat ini tidak hanya relasi antara suami istri akan tetapi relasi politik. Semeton GB

merupakan pondasi kuat sebagai mesin politik PDIP.

Elektabilitas dalam hal ini memperlihatkan hubungan antara Yunita dan PDIP. Kadek dalam posisi sekarang memiliki kepopuleran tinggi dalam tingkatan masyarakat sebagai anggota DPRD dan menjadi tokoh penting dalam publik. Kedudukan politik yang dimiliki Yunita memberikan sebuah keuntungan bagi PDIP untuk menaikkan elektabilitasnya pada kaum milenial karena Yunita sendiri mempunyai inner circle didunia entertain dan para pendukungnya pun sama-sama dari golongan muda. Saling menguntungkan karena sama-sama memiliki masa Yunita dengan inner circlenya sedangkan PDIP yang sudah memiliki massa luar diberbagai daerah. Dalam hubungan ini memperlihatkan bentuk khusus pembertahanan yang sangat kuat saling menguntungkan antara partai politik dan seseorang yang memiliki popularitas.

Pemanfaatan Popularitas Dipanggung Politik

Bertemunya kepentingan antara Yunita dan PDIP menjadikan sebuah kesempatan emas bagi Yunita untuk menyalurkan peran politiknya didalam suatu territory (wilayah) Kuta Selatan yang didominasi oleh partai berlambang banteng merah. Pengaruh popularitas dan politik merupakan hal yang sentral bagi bertemunya dua kepentingan tersebut dikarenakan relasi ini berpengaruh terhadap proses – proses terjadinya hubungan timbal balik yang berlangsung. Dalam aspek kehidupan tidak bisa dipungkiri bahwa hubungan timbal balik pasti ada, khususnya dalam aspek politik dan popularitas. Seperti bentuk hubungan dari

Yunita dengan PDIP, dimana Yunita menjadi salah satu jaringan politik PDIP dalam kepentingan yang menghasilkan keuntungan suara milenial bagi PDIP maupun masyarakat Kuta Selatan.

Relasi popularitas seseorang dan politik memperlihatkan bagaimana kedua *power* ini untuk menarik perhatian masyarakat. Kebutuhan dan kepentingan menjadikan relasi ini terbentuk. Terbentuknya kepentingan ini dilandasi oleh sebuah kekuasaan yang bisa mendominasi atau memberikan dampak kepada sektor yang dikuasai. Dibalik relasi kepentingan merupakan aspek utama dalam berjalannya sebuah proses – proses untuk tercapainya sebuah tujuan seperti hubungan para *public figure* dengan pemerintahan dan pemerintahan dengan masyarakat.

5. KESIMPULAN

Pada bagian ini penulis akan mengemukakan kesimpulan yang bertujuan menjawab pertanyaan penelitian yang tercantum pada rumusan masalah pada bab sebelumnya. Berdasarkan hasil temuan dan analisa, teori Popularity sociometric menjelaskan bagaimana kepopuleran bisa berpengaruh pada elektabilitas seseorang untuk bersaing dipanggung politik serta dapat menggalang pendukung dari berbagai elemen termasuk kaum milenial ketika melihat perempuan muda yang memiliki kapasitas seorang publik figur didunia hiburan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa berawal dari tahun 2004 Yunita pernah meraih predikat Puteri Bali dan Miss Indonesia kemudian pada tahun ia terjun ke dunia politik dan bergabung dengan PDIP yang tidak lain adalah partai

besar di desa kelahirannya tersebut di Desa Kedonganan, kemudian pada tahun 2009 ia mencalonkan diri sebagai Anggota DPRD Badung dengan modal prestasi yang ia miliki sebagai Puteri Bali. Rekam jejak yang sangat gemilang tersebut sangat berpengaruh pada elektabilitasnya untuk berkompetisi dipanggung politik dan hal lain sebagai faktor pendukung adalah dari suami beliau yang adalah salah satu ormas terbesar di Bali yaitu Alit Sucipta (Gus Bota) ketua umum Baladika Bali sekaligus kader PDIP yang sekarang juga menjabat sebagai Anggota DPRD Badung. Hal itu tentu mempermudah beliau untuk memobilisasi massa disamping itu Gus Bota sendiri memiliki tim pemenangan yang tidak lain adalah para simpatisannya yang bernama Semeton Gus Bota (Semeton GB).

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Azwar, Saifuddin. (2005). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Alfian. 1992. Pemikiran dan Perubahan Politik Indonesia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Agustin, Veronika, Perempuan dalam Politik di Australia (Sebuah Kajian dalam Prespektif Feminisme Liberal), 2007, Universitas Jember.
- Budiardjo, Miriam. 2009. Dasar-dasar Ilmu Politik. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Dwi Lestariningsih, Amurwani, Gerwani:Kisah Tapol Perempuan di Kamp Plantungan, 2011, Jakarta: Kompas.

- Gamble, Sarah, Pengantar Memahami Feminisme & Post Feminisme, 2010, Yogyakarta: Jalasutra
- Hay, Collin dkk. 2006. The State : Theories and Issues. China : Palgrave Macmillan. Herdiansyah, Haris. 2010. Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta : Salemba Humanika.
- Miller, David dan Larry, Siedentop. 1986. Politik dalam Prespektif Pemikiran, Filsafat dan Teori. Jakarta: Rajawali.
- Sarwono, Jonatahan. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Jurnal**
- Astuti, Yanti Dwi. 2016. Media dan Gender : Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga. Jurnal Komunikasi
- Brummet, Quentin. 2007. The Effect of Gender Inequality on Growth: A Cross- Country Empirical Study. Middletown City : Wesleyan University. The Park Place Economist Volume XV No. 6 April 2007.
- Dewi, Machya A. 2009. Media Massa dan Penyebaran Isu Perempuan. Yogyakarta : Universitas Pembangunan Nasional Veteran. Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 7 Nomor 3 September-Desember 2009.
- Faizain, Khoirul. 2007. Mengintip Feminisme dan Gerakan Perempuan. Jember : Universitas Jember. Jurnal Egalita.
- Harnoko, Bambang R. 2012. Pendidikan Politik Perempuan dalam Konteks Negara Demokrasi. Jurnal Muzawah Vol. 4 No. 2 Desember 2012.
- Herawati, Maimon. 2016. Pemaknaan Gender Perempuan Pekerja Media di Jawa Barat. Bandung : Universitas Padjadjaran. Jurnal Kajian Komunikasi Vol. 4 No 1 Juni 2016.
- Hidayati, Nurul. 2015. Beban Ganda Perempuan Bekerja : Antara Domestik dan Publik. Pekalongan : IAIN Pekalongan. Jurnal Muzawah Vol. 7 No. 2 Desember 2015.
- Kumar, Pankaj. 2017. Partisipation of Women in Politics : Worldwide Experiance. India : HIMT Group Institutions. Journal Of Humanities and Social Science Vol. 22 Issue 12 Ver. 6 Desember 2017.
- Nurchahyo, Abraham. 2016. Relevansi Budaya Patriarki dengan Partisipasi Politik dan Keterwakilan Perempuan di Parlemen. Madiun : IKIP PGRI Madiun. Jurnal Agastya Vol. 6 No. 1 Januari 2016.
- Rahmatunnisa, Muldiyati. 2016. Affirmative Action dan Penguatan Partisipasi Politik Kaum Perempuan di Indonesia. Bandung : Universitas Padjadjaran. Jurnal Wacana Politik Vol. 1 No.2 Oktober 2016.

- Situmorang, Nina Z. 2011. Gaya Kepemimpinan Perempuan. Depok : Universitas Gunadarma. Jurnal PESAT Vol. 4 Oktober 2011.
- Swastini. Ni Komang A. 2013. Perkembangan Feminisme Barat dari Abad Kedelapan Belas hingga Postfeminisme: Sebuah Tinjauan Toritis. Singaraja : Universitas Pendidikan Ganesha. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora Vol. 2 No. 1 April
- Internet**
- Karim. 2017. Kerangka studi feminisme penelitian kualitatif <https://media.neliti.com/media/publications/60877-ID-kerangka-studi-feminisme-model-penelitian.pdf> (diakses pada tanggal 3 desember 2019)
- Larasati. 2012. Pengaruh gerakan feminis liberal <http://eprints.umm.ac.id/29569/2/jip-tummpp-gdl-atikacandr-29627-1-pendahul-n.pdf> (diakses pada tanggal 17 desember 2019)
- Nisrul Erawati. 2016. Kepemimpinan efektif yang mampu mengambil keputusan yang tepat. <http://www.scribd.com/doc/12781499/Kepemimpinan-Efektif-Kepemimpinan-Yang-Mampu-Mengambil-Keputusan-Tepat> (diakses pada tanggal 27 november 2019)
- Rifka Annisa. 2018. Refleksi gerakan perempuan. rifka-annisa.or.id/go/refleksi-kritis-gerakan-perempuan (diakses tanggal 22 november 2019)
- Roni. 2014. Tinjauan pustaka tentang gender dan politik feminisme <http://digilib.unila.ac.id/448/4/BAB%20II.pdf> (diakses pada tanggal 9 januari 2020)
- Syahril. 2016. BAB III Metode penelitian kualitatif_ [http://repository.uinsu.ac.id/590/6/BAB III.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/590/6/BAB%20III.pdf) (diakses tanggal 29 november 2019)
- Wahyudi. 2018. Peran politik dalam perspektif gender <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/politea/article/download/813/454/html> (diakses pada tanggal 6 januari 2020)