

**STRATEGI MARKETING POLITIK KANDIDAT
PEREMPUAN RENI ASTUTI DALAM PEMILU LEGISLATIF
DPR RI TAHUN 2024 DI DAPIL 1 JATIM**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Politik



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Ivone Rara Gheafannie

NIM 100120120045

Program Studi Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

2024

PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ivone Rara Gheafannie

NIM : 10020120045

Program Studi : Ilmu Politik

Judul : Strategi Marketing Politik Kandidat Perempuan Reni Astuti
dalam Pemilu Legislatif DPR RI Tahun 2024 di Dapil 1 Jatim

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan maupun untuk mendapatkan gelar akademik apapun,
2. Skripsi ini adalah benar – benar hasil karya ilmiah saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atau karya orang lain,
3. Apabila Skripsi ini di kemudian hari terbukti sebagai karya plagiat, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Gresik, 02 Mei 2024

Yang Menyatakan



Ivone Rara Gheafannie

NIM 10020120045

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap Skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Ivone Rara Gheafannie

NIM : 10020120045

Program Studi : Ilmu Politik

Berjudul *Strategi Marketing politik Kandidat Perempuan Reni Astuti dalam Pemilu Legislatif DPR RI Tahun 2024 di Dapil 1 Jatim* Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut dapat diujikan sebagai salah satu persyaratan bagi yang bersangkutan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Politik.

Surabaya, 01 April 2024

Dosen Pembimbing



Holilah, S.Ag., M.Si

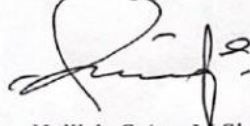
NIP 197610182008012008

PENGESAHAN

Skripsi oleh Ivone Rara Gheafannie dengan judul *Marketing politik kandidat perempuan Reni Astuti dalam Pemilu Legislatif DPR RI Tahun 2024 di Dapil 1 Jatim* telah dipertahankan dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi pada tanggal 02 Mei 2024

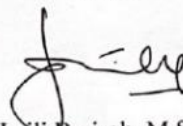
Tim Penguji Skripsi

Penguji I



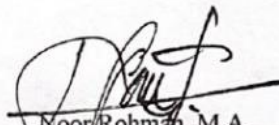
Holilah, S.Ag., M.Si
NIP. 197610182008012008

Penguji II



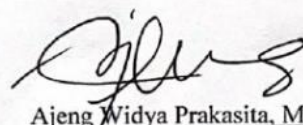
Laili Bariroh, M.Si
NIP. 197711032009122002

Penguji III



Noor Rohman, M.A.
NIP. 198510192015031001

Penguji IV



Ajeng Widya Prakasita, M.A.
NIP. 1995022320200122025

Surabaya, 02 Mei 2024

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag.
NIP. 197306272000031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ivone Rara Gheafannie
NIM : 10020120045
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Politik
E-Mail address : ivonrara.rr@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Marketing Politik Kandidat Perempuan Reni Astuti dalam Pemilu Legislatif DPR RI Tahun 2024 di Dapil 1 Jatim.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media / format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan / mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan saya ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Gresik, 02 Mei 2024

Penulis,

Ivone Rara Gheafannie

NIM. 10020120045

ABSTRAK

Rara Gheafannie, Ivone “Strategi Marketing Politik Kandidat Perempuan Reni Astuti dalam Pemilu Legislatif DPR RI Tahun 2024 di Dapil 1 Jatim” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2024.

Penelitian ini berangkat dari ketertarikan peneliti melihat kemenangan caleg pertahanan PKS dalam pemilu DPRD Kota Surabaya selama 3 periode dan akan running ke DPR RI tahun 2024. Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa sejauh mana strategi marketing politik kandidat perempuan Reni Astuti dalam Pemilihan Legislatif DPR RI Dapil I di Kota Surabaya dan Kabupaten Kabupaten Sidoarjo dengan persaingan yang sangat ketat agar mendapatkan suara terbanyak dengan kapasitas hanya 2 kursi untuk partai PKS.

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis pada penelitian ini digunakan untuk memaparkan hasil penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori Adman Nursal untuk menganalisis Strategi Politik menggunakan strategi 3P yakni Push Marketing, Pull Marketing dan Pass Marketing.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan Push Marketing dari kandidat perempuan Reni ini menggunakan strategi program blusukan dimana memakan banyak biaya yang dapat menyebabkan high cost politik dan tambahan biaya untuk banyak wilayah, Reni juga menggunakan strategi program wadul Bu Reni sebagai bentuk pendekatan diri kepada masyarakat. Selanjutnya strategi Pull Marketing yakni kampanye yang menggunakan media kampanye dan media online sebagai bentuk promosi diri dan penyampaian pesan politiknya. Strategi terakhir yakni Pass Marketing dimana peran tokoh masyarakat yakni kepala desa terlibat dalam penyampaian pesan politik caleg serta caleg juga bekerjasama dengan kelompok UMKM Makanan di Surabaya dan Kabupaten Sidoarjo sebagai bentuk penggalangan massa. Dukungan penuh dari partai juga dapat meningkatkan elektabilitas Reni dalam pileg DPR RI tahun 2024. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi marketing politik yang digunakan oleh Reni adalah mengedepankan aspirasi masyarakat dan memberikan solusi kepada masyarakat untuk mendapatkan kepercayaan pemilih agar dipilih kembali oleh masyarakat pada pileg tahun 2024.

Kata Kunci: Marketing Politik, Kandidat perempuan, Pemilu Legislatif

ABSTRACT

Rara Gheafannie, Ivone “Strategy Political Marketing of Female Candidate Reni Astuti in the 2024 DPR RI Legislative Election in East Java 1” Sunan Ampel State Islamic University Surabaya, 2024.

This research stems from the researcher's interest in seeing the victory of the PKS defense legislative candidate in the Surabaya City DPRD elections for 3 periods and will run to the Republic of Indonesia DPR in 2024. Therefore, this research aims to describe and analyze the extent of female candidate Reni Astuti's political marketing strategy in the election. DPR RI Legislators for Electoral District I in Surabaya City and Sidoarjo Regency have very tight competition to get the most votes with a capacity of only 2 seats for the PKS party

The method used is descriptive qualitative with data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation. The analysis technique in this research is used to present the research results. In this study, researchers used Adman Nursal's theory to analyze Political Strategy using the 3P strategy, namely Push Marketing, Pull Marketing and Pass Marketing.

Based on the results of research in the Push Marketing field, female candidate Reni uses the blusukan program strategy which requires a lot of costs which can cause high political costs and additional costs for many areas. Reni also uses the Wadul Bu Reni program strategy as a form of self-approach to the community. Next, the Pull Marketing strategy is a campaign that uses campaign media and online media as a form of self-promotion and conveying political messages. The final strategy is Pass Marketing where the role of community leaders, namely village heads, is involved in conveying political messages to legislative candidates and legislative candidates also collaborate with Food MSME groups in Surabaya and Sidoarjo Regency as a form of mass mobilization. Full support from the party can also increase Reni's electability in the 2024 DPR RI legislative elections. The results of this research show that the political marketing strategy used by Reni is to prioritize people's aspirations and provide solutions to the community to gain voters' trust so that they will be re-elected by the community in the 2024 legislative elections.

Keywords: Political Marketing, Female Candidates, Legislative Elections

DAFTAR ISI

COVER	1
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
MOTTO	iv
PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka	8
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	16
BAB II PRESPEKTIF TEORITIS DAN ARGUMENTASI UTAMA	19
A. Prespektif Teoritis.....	19
1. Teori Marketing Politik.....	19
a. Push Marketing.....	22
b. Pull Marketing	24
c. Pass Marketing	26
B. Argumentasi Utama	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis dan Problema Penelitian	29
B. Unit dan Peringkat Analisa	30
C. Situasi Sosial dan Pengambilan Informan	30

1. Situasi Sosial.....	30
2. Pengambilan Informan.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data	32
1. Data Primer	33
a. Wawancara	33
b. Observasi (Pengamatan).....	33
c. Dokumentasi.....	34
2. Data Sekunder.....	34
E. Teknik Analisis Data	34
1. Reduksi Data.....	35
2. Penyajian Data	35
3. Verifikasi Data.....	35
F. Teknik Validasi Data	36
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Temuan Penelitian	37
1. Profil Caleg Reni Astuti.....	37
a. Karir Reni Astuti	38
b. Prestasi – Prestasi Caleg Reni Astuti.....	41
1) Penghargaan sebagai Kartini Pelopor Politik	42
2) Penghargaan sebagai Perempuan Inspiratif Peduli Kemaslahatan Masyarakat.....	44
3) Penghargaan sebagai Kartini masa kini	45
c. Karakter Personal yang Empati	47
d. Reputasi dan Integritas	51
2. Profil Tim KEREN (Tim Kemenangan Reni)	55
3. Profil PKS (Partai Keadilan Sejahtera)	61
4. Profil Dapil 1 Jatim.....	63
a. Profil Kota Surabaya	63
b. Profil Kabupaten Kabupaten Sidoarjo.....	67
B. Pembahasan	70
1. Strategi marketing politik Reni Astuti dalam Pileg DPR RI Tahun 2024 ..	70
a. Push Marketing Politik	70

1) Program Blusukan.....	71
a) High cost politic	76
b) Faktor Geografis.....	81
2) Program Wadul Bu Reni.....	91
b. Pull Marketing Politik	98
1) Baliho.....	99
2) Kalender, Mug dan Stiker.....	102
3) Media Online	107
a) Instagram.....	108
b) Facebook.....	113
c) Tiktok.....	117
d) Linktree.....	121
c. Pass Marketing Politik.....	125
1) Peran Tokoh masyarakat.....	126
2) Komunitas UMKM Makanan.....	132
3) Kelompok Kader Surabaya Hebat (KSH).....	137
4) Dukungan Partai	141
a) Persaingan Antar Caleg Partai Internal dan Eksternal.....	145
b) Persaingan Partai.....	150
BAB V PENUTUP.....	155
A. Kesimpulan.....	155
B. Saran	155
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN.....	163

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perolehan Kursi Partai Politik Pemilu DPR RI Dapil Jatim tahun 2019 5	
Tabel 1. 2 Jumlah Kelurahan dan Desa Kabupaten Kabupaten Sidoarjo	86
Tabel 3. 1 Nama Informan	32
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Kota Surabaya Tahun 2023	64
Tabel 4. 2 Jumlah Penduduk Kabupaten Kabupaten Sidoarjo Tahun 2023.....	68
Tabel 4. 3 Perolehan Suara Caleg DPR RI Partai PKS.....	130
Tabel 4. 4 Perolehan Suara Partai dan Caleg DPR RI tahun 2024	131
Tabel 4. 5 Daftar Nama Urut Caleg DPR RI Tahun 2024 Partai PKS	143



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Reni Membesuk 13 Korban Rumah Terbakar.....	50
Gambar 4. 2 Blusukan Reni Astuti di Gang Dolly	75
Gambar 4. 3 Jumlah Kecamatan dan Kelurahan Kota Surabaya	83
Gambar 4. 4 Program Wadul Bu Reni	96
Gambar 4. 5 Baliho Reni Astuti.....	102
Gambar 4. 6 Kalender, Mug dan Stiker Reni.....	106
Gambar 4. 7 Akun Media Sosial Instagram Reni Astuti.....	112
Gambar 4. 8 Facebook Reni Astuti.....	116
Gambar 4. 9 Akun Tiktok Reni Astuti.....	120
Gambar 4. 10 Linktree Reni Astuti.....	124
Gambar 4. 11 UMKM Makanan Mengkampanyekan Reni.....	136
Gambar 4. 12 KSH mengkampanyekan Reni	140



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anang Anas Azhar, "Pencitraan Politik Elektoral", in Warta ISKI, 2020, v, 56–66
- Amstrong dan Kotler. 1999. "Prinsip-Prinsip Pemasaran", Edisi Delapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Firmanzah. 2009. Marketing Politik: Antara Realitas dan Pemahaman. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Lexy J, Moeloeng, 2004, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Miriam Budiarmo, 2008, Dasar-dasar Ilmu Politik, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Jurnal

- Adhanuarrizqi, Nafiisah, 'Strategi Pemasaran Politik Pasangan Benyamin-Pilar Pada Pilkada Kota Tangerang Selatan Tahun 2020', 2022
- Andita, Randi, 'Strategi Pemasaran Politik Studi Atas Terpilihnya Li Claudia Chandra Sebagai Anggota Dprd Kota Tangerang Selatan Pada Tahun 2019', Repository.Uinjkt.Ac.Id, 2021, 1–84
- Ani, Martini, Wutoy Maichel, And Dewi Wardani Perdana, 'Keterwakilan Perempuan Dalam Keanggotaan Legislatif Di Kabupaten Sukoharjo Provinsi Jawa Tengah Periode 2019 - 2024', Jurnal Kebijakan Pemerintah, 4.1 (2021), 14–22
- Arif, Mukhti, And Mulyana Mulyana, 'Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pelaksanaan Pilkada Serentak Di Kota Ternate Provinsi Maluku Utara Tahun 2018 (Studi Kasus Di Kecamatan Ternate Selatan)', Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja, 46.2 (2020), 381–95 <<https://doi.org/10.33701/jipwp.v46i2.1406>>
- Arniti, Ni Ketut, 'Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Umum Legislatif Di Kota Denpasar', Jurnal ilmiah Dinamika Sosial, 4.2 (2020), 329

<<https://doi.org/10.38043/jids.v4i2.2496>>

Azhar, Anang Anas, 'Pencitraan Politik Elektoral', In *Warta Iski*, 2020, V, 56–66

<<http://repository.uinsu.ac.id/1254/%0ahttps://online-journal.unja.ac.id/jisip/article/view/14624/11907>>

Baihaqi, Ahmad, N N Muksin, F Harmonis, 'Strategi marketing politik Bobby Nasution Dan Aulia Rachman Di Media Sosial Pada Pilkada Kota Medan 2020', *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2.1 (2022), 1–14

Bidara, Meisy M. P., Wiesje F Wilar, And Lambey Trintje, 'Strategi Pemerintah Desa Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa (Studi Di Desa Talawid Kecamatan Siau Barat Selatan Kabupaten Siau Tagulandang Biaro)', *Politico: Jurnal Ilmu Politik*, 11.1 (2022), 92–105
<<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/politico/article/view/42655>>

Caesar Wawointana, Et, Al, 'Strategi marketing politik Melky Jakhin Pangemanan Dalam Pemilihan Anggota Legislatif Provinsi Sulawesi Utara Periode 2019-2024', *Jurnal Governance*, 1.1 (2021), 1–12

Dwitama, Muhammad Irfan, Firza Alif Hakiki, Endang Sulastri, And Djoni Gunanto, 'Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Di Pilkada 2020 Tangerang Selatan', 3.1 (2022), 54–66

Fadli, Muhammad Rijal, 'Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif', *Humanika*, 21.1(2021), 33–54 . <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>

Fatmawati, *Kampanye Politik : Sebuah Pendekatan Fenomenologi*, Researchgate.Net, 2021 <https://www.researchgate.net/profile/Adrian-Wijanarko/publication/352471771_Branding_Konsep_Dan_Studi_Merek_Lokal/links/60caa9ae299bf1cd71d53502/Branding-Konsep-Dan-Studi-Merek-Lokal.pdf>

Firmansyah, Joni, Leni Nurul Kariyana, And Gita Rizkia, 'Strategi Pemenangan Calon Anggota Legislatif Perempuan Pada Pemilu Legislatif Di Kabupaten Sumbawa Barat Tahun 2019', *Politico: Jurnal Ilmu Politik*, 2019.8.5.2017

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

(2022), 2003–5

Hakim, Ahmad Burhan, And Muhyidin, 'Demokrasi Dan Politik Biaya Tinggi (s)',
Josh: Journal Of Sharia, 1.1 (2022), 12–22
<<https://doi.org/10.55352/Josh.V1i1.463>>

Kasnawi, M. Tahir, And Sulaiman Asang, Konsep Dan Pendekatan Perubahan
Sosial, Sosiologi, 2014

Khalil, Tengku Fardhian, Zulkarnain, And Alvi Furwanti, 'Pengaruh Citra Partai
Pendukung , Iklan Politik Dan Kelompok Pemilihan Kepala Daerah
Kabupaten Pelalawan', Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, 6.1 (2020), 74–84

Kurniawan, Kamil, 'Strategi Pemenangan Calon Legislatif Perempuan Pada
Pemilihan Legislatif 2019 (Studi Kasus Pada Anggota Legislatif Perempuan
Dprd Kabupaten Tanjung Jabung Barat)', 2023
<[https://repository.unja.ac.id/53223/%0ahttps://repository.unja.ac.id/53223/8/Skripsi Kurniawan Kamil - Ilmu Politik .Pdf](https://repository.unja.ac.id/53223/%0ahttps://repository.unja.ac.id/53223/8/Skripsi%20Kurniawan%20Kamil%20-%20Ilmu%20Politik%20.pdf)>

Mahardika, Aria, 'Perilaku Sosial Dan Gaya Hidup Remaja', Skripsi, 2022

Masdi, Masdi, Nanda Yuniza, And Nurkhalis Nurkhalis, 'Pengaruh Indeks
Pembangunan Manusia Dan Pengangguran Terhadap Pertumbuhan Ekonomi
Di Provinsi Aceh', Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan, 4.2 (2020), 101–13
<<https://doi.org/10.22373/Jep.V14i1.781>>

Meliala, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilih Dalam Pemilihan Umum
Kepala Daerah Dan Penerapan Strategi Bertahan Dan Menyerang Untuk
Memenangkan Persaingan', Jurnal Citizen Education, 2.2 (2020), 12–24

Merisa, Manda, Effendi Hasan, And Ardiansyah, 'Journal Of Political Sphere
(Jps)', Journal Of Political Sphere (Jps), 2.1 (2021), 15–28

Muawwin, And Musnaini, 'Pengaruh Push, Pull, Dan Pass Marketing Terhadap
Keputusan Memilih Pada Pemilihan Gubernur Jambi Tahun 2020', Jurnal
Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu), 12.04 (2023), 1041–55

- Muflihah, Nadiatul, And Vera Wijayanti Sutjipto, 'Strategi Kampanye Politisi Perempuan Karolin Margret Natasa Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Awareness Pemilih', *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4.2 (2020), 95–108 <<https://doi.org/10.35760/Mkm.2020.V4i2.2312>>
- Nabila, D, 'Strategi Politik Perempuan Pada Pemilihan Legislatif Di Kota Sabang Tahun 2019 (Studi Kasus: Kemenangan Ria Indriani, St)', 2022
- Naufal Afni Caya, Ahmad, 'Pemasaran Politik Jihan Nurlala Dalam Pemilu 2019 (Studi Komunikasi Politik)', 2021
- Nendissa, Reny Heronia, And Claudio Patrick I Rahakbauw, 'Transparansi Partai Politik Dalam Rekrutmen Calon Legislatif', *Sasi*, 26.1 (2020), 119 <<https://doi.org/10.47268/Sasi.V26i1.261>>
- Nugraha, Mauludy, 'Ancaman Kegagalan Demokratisasi Di Indonesia : Identifikasi Hambatan Dan Tantangan Di Era Reformasi', *Jppol: Jurnal Poros Politik*, 4.3 (2022), 1–6
- Nur, Emilsyah, 'Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online', *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 2.1 (2021), 52
- Nurdewi, 'Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangsa Melayani Di Provinsi Maluku Utara', *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 1.2 (2022), 297–303 <<https://doi.org/10.55681/Sentri.V1i2.235>>
- Pramica, Natasya, Sadea Putri, And Annisa Wahyuni Arsyad, 'Pemasaran Politik Partai Gerindra Dalam', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11.2 (2023), 28–39
- Qadir, Ahmad, Khavin Edsyah Putra, Muhammad Fathir A, And Putri Khairamulya R, 'Pentingnya Pendidikan Bagi Generasi Muda Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan', *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 3.11 (2022), 1023–33 <<https://doi.org/10.36418/Japendi.V3i11.1289>>
- Ramadhona, Elfi Syahri, Natalia Parapat, Universitas Muhammadiyah, And Tapanuli Selatan, 'Strategi Calon Anggota Legislatif Perempuan Dalam

Upaya Memenangkan Pemilihan Legislatif 2019 Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan Undang-Undang Nomor 2 Tahun Peran Perempuan Dalam Bidang Politik , Anggota Dpr , Dpd , Dprd Menggaris Mengajukan Anggot', 4 (2020), 16–25

Rurut Wahyu Trisnanto, Tony, And Yenny Sukasah, 'Personal Branding Politik Thoriqul Haq Melalui Facebook', Jurnal Communication, 11.1 (2020), 69–80

Setiawan, Hendy, And Maulida Rita Widyana, 'High-Cost Democracy: Stimulus Ijon Politik Dalam Pemilu Lokal Di Region Kaya Sumber Daya Alam', Jurnal Adhyasta Pemilu, 5.1 (2022), 1–18 <<https://doi.org/10.55108/Jap.V5i1.90>>

Setiyani, Wiji, Asep Kamaludin Nasir, And Danis Tri Saputra Wahidin, 'Pemasaran Politik Lilis Nurlia Dan Eka Widyani Latief Pada Pemilu 2019 Di Kota Bekasi', Politeia: Jurnal Ilmu Politik, 15.1 (2023), 14–26

Shynta, And Ubaidillah, 'Strategi marketing politik Nora Idah Nita Pada Pemilu Legislatif 2019-2024 Di Kabupaten Aceh Tamiang', 8 (2024), 1–13

Sosek Alfes, Lorian, 'Analisis Strategi marketing politik Anggota Legislatif Perempuan Terpilih Dalam Pemilihan Umum Periode 2019-2024 Di Dapil Iv Kabupaten Belu', 2021

Sukarno, Mohamad, Utami Nur, And Hardiyanto, 'Analisa Kualitatif Partisipasi Politik Dan Keterlibatan Masyarakat Pada Pemilihan Umum Di Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Indonesia Memiliki Proyeksi Dalam Undang-Undang Nomor', Politeia: Jurnal Ilmu Politik, 15.2 (2023), 148–68

Sulastri, Rini, 'Hambatan Dan Tantangan Perempuan Anggota Legislatif Pasca Affirmative Action', Khazanah Multidisiplin, 1.2 (2020), 137–55 <<https://doi.org/10.15575/Km.V1i2.10361>>

Susanto, Hendro, Niken Febrina Ernungtyas, Guntur Freddy Prisanto, And Anindita Lintangdesi Afriani, 'Analisis Penyerapan Aspirasi Masyarakat Melalui Kegiatan Kunjungan Kerja: Studi Pada Masyarakat Provinsi Sumatera Utara (Sumut 1)', Representamen, 7.01 (2021)

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

<<https://doi.org/10.30996/Representamen.V7i01.5124>>

Syahputa, Wandu, And Iqbal Ahmadi, “Keterwakilan Politik Perempuan Dalam Lembaga Legislatif (Studi Kasus : Faktor Pemenangan Caleg Perempuan Terpilih Dprk Abdy 2019)”, *Journal Of Political Sphere*, 2.1 (2021), 60–80

Tiro, Arif, Muh Nusrang, And Sudarmin, ‘Metode Penelitian Dan Teknik Analisis Data’, *Pengabdian: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat*, 1.2 (2020), 37–39

Watoni, Sohibul, And Renny Candradewi Puspitarini, ‘Strategi Partai Politik Baru : Studi Kasus Strategi Partai Politik Jaringan Dukungan Masyarakat Kota Probolinggo’, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3.1 (2022), 4297–4306

Yasin, Rahman, ‘Penegakan Hak Politik Pemilih Dalam Pemilu Serentak 2024 Berdasarkan Konstitusi’, *Jurnal Bawaslu Provinsi Kepulauan Riau*, 4.2 (2022), 186–99 <<https://doi.org/10.55108/Jbk.V4i2.194>>

Yuliani, Dini, ‘Peran Organisasi Wanita Dalam Partisipasi Politik Perempuan’, *Jurnal ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 2.2 (2020), 855–60

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A