

**PEREMPUAN DAN POLITIK ELEKTORAL:
STRATEGI MARKETING POLITIK LILIK HENDARWATI
DALAM PEMILU DPRD PROVINSI JAWA TIMUR 2024**

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



Monica Rahman

NIM 10010121017

Program Studi Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Mei, 2025

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Monica Rahman

NIM : 10010121017

Program Studi : Ilmu Politik

Judul Skripsi : Perempuan dan Politik Elektoral: Strategi Marketing Politik Lilik
Hendarwati dalam Pemilu DPRD Provinsi Jawa Timur 2024

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 saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain,
3. Apabila Skripsi ini di kemudian hari terbukti sebagai karya plagiat, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 19 Maret 2025

Yang Menyatakan



Monica Rahman

NIM 10010121017

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap Skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Monica Rahman

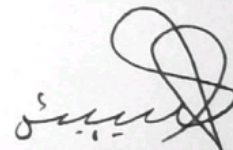
Nim : 10010121017

Program Studi : Ilmu Politik

Berjudul *Perempuan dan Politik Elektoral: Strategi Marketing Politik Lilik Hendarwati dalam Pemilu DPRD Provinsi Jawa Timur 2024*, 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, 26 Mei 2025

Dosen Pembimbing



Dr. H. Andi Suwarko, S.Ag., M.Si.

NIP 197411102003121004-8

PENGESAHAN

Skripsi oleh Monica Rahman dengan Judul *Perempuan dan Politik Elektoral: Strategi Marketing Politik Lilik Hendarwati dalam Pemilu DPRD Provinsi Jawa Timur 2024*. Telah dipertahankan dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi pada tanggal 26 Mei 2025.

Tim Penguji Skripsi

Penguji I



Dr. H. Andi Suwarko, S.Ag., M.Si.
NIP: 197411102003121004

Penguji II



Dr. Hj. Aniek Nurhayati, M.Si.
NIP: 196909071994032001

Penguji III



Noor Rohman, M.A.
NIP: 198510192015031001

Penguji IV



Ajeng Widya Prakasita, M.A.
NIP: 1995022320200122025

Surabaya, 26 Mei 2025

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 : Monica Rahman
NIM : 10010121017
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Politik
E-mail address : monicarahmann@gmail.com

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

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PEREMPUAN DAN POLITIK ELEKTORAL: STRATEGI MARKETING POLITIK LILIK HENDARWATI

DALAM PEMILU DPRD PROVINSI JAWA TIMUR 2024

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 ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Mei 2025

Penulis


(Monica Rahman)

ABSTRACT

Monica Rahman. “Women and Electoral Politics: Lilik Hendarwati’s Political Marketing Strategy in the 2024 East Java Provincial DPRD Election” Sunan Ampel State Islamic University Surabaya, 2024.

This study examines the political marketing strategy of Lilik Hendarwati, a female PKS legislative candidate in defending her seat in the East Java DPRD 2024-2029. The purpose of the study is to describe the political marketing strategy, identify obstacles, and explore solutions. Qualitative research method with case study. Data collection techniques using in-depth interviews and documentation. The theories used in this study are the political marketing theory proposed by Niffenegger and the political gender theory proposed by Herrnson. The results of the study show that Lilik Hendarwati, among others, formulates political products by adopting the PKS platform to develop a vision-mission and program, a personal track record that is close to the people, and a pro-people track record of PKS. Determining a promotional strategy through face-to-face meetings including limited meetings involving a group of people, Strategies to rally support via mass media such as social media including Instagram, Tiktok, Facebook, and Websites, print media such as advertisements in newspapers, electronic media through advertisements on radio, outdoor media such as billboards, posters, t-shirts and calendars. Strategy to gain support from community leaders such as ustadz, mudin, youth organizations, PKK mothers and RT/RW heads as well as community organizations such as Gema Keadilan Kota Surabaya and the Speed Surabaya female driver community. Designing a campaign financing strategy allocated for campaign equipment (APK), field campaigns, social activities, administration and licensing as well as training or team consolidation. Campaign placement or location strategy by mapping voters based on demographics, region, political base, community, and campaign media. The obstacles faced include popularity, finance, social networks, and utilization of local media. The solutions include self-introduction, resource optimization, online communication and utilization of personal social media. An adaptive political marketing strategy, close to the community, and relying on social media is the key to Lilik Hendarwati's success in retaining her seat in the East Java DPRD 2024–2029.

Keywords: Strategy Political Marketing, Female Candidates, PKS, East Java DPRD Election

ABSTRAK

Monica Rahman. “Perempuan dan Politik Elektoral: Strategi Marketing Politik Lilik Hendarwati dalam Pemilu DPRD Provinsi Jawa Timur 2024” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2024.

Penelitian ini mengkaji strategi pemasaran politik Lilik Hendarwati, caleg perempuan PKS dalam mempertahankan kursi DPRD Jawa Timur 2024-2029. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan strategi pemasaran politik, mengidentifikasi kendala, dan mengeksplorasi solusinya. Metode penelitian kualitatif dengan studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pemasaran politik yang dikemukakan oleh Niffenegger dan teori gender politik yang dikemukakan oleh Herrnson. Hasil penelitian menunjukkan Lilik Hendarwati antara lain merumuskan produk politik dengan mengadopsi platform PKS untuk menyusun visi-misi dan program, rekam jejak personal yang merakyat, serta rekam jejak PKS yang pro-rakyat. Menetapkan strategi promosi melalui tatap muka meliputi pertemuan terbatas yang melibatkan sekelompok masyarakat, Strategi menggalang dukungan via media massa seperti media sosial meliputi Instagram, Tiktok, Facebook, dan Website, media cetak seperti iklan di koran, media elektronik melalui iklan di radio media luar ruang seperti, baliho, poster, kaos dan kalender. Strategi menggait dukungan tokoh masyarakat seperti ustadz, mudin, karang taruna, ibu-ibu PKK dan ketua RT/RW serta organisasi kemasyarakatan seperti Gema Keadilan Kota Surabaya dan Komunitas driver perempuan Speed Surabaya. Merancang strategi pembiayaan kampanye dialokasikan untuk alat peraga kampanye (APK), kampanye lapangan, kegiatan sosial, administasi dan perizinan serta pelatihan atau konsolidasi tim. Strategi penempatan atau lokasi kampanye dengan memetakan pemilih berdasarkan demografi, wilayah, basis politik, komunitas, dan media kampanye. Kendala yang dihadapi mencakup popularitas, finansial, jejaring sosial, dan pemanfaatan media lokal. Untuk solusinya meliputi pengenalan diri, optimalisasi sumber daya, komunikasi daring serta pemanfaatan media sosial pribadi. Strategi marketing politik yang adaptif, dekat dengan masyarakat, dan mengandalkan media sosial menjadi kunci keberhasilan Lilik Hendarwati dalam mempertahankan kursi DPRD Jawa Timur 2024–2029.

Kata Kunci: Strategi Marketing Politik, Caleg Perempuan, PKS, Pemilu DPRD Jawa Timur

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan penelitian.....	8
D. Manfaat penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Sistematika Penulisan Skripsi	21
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS DAN ARGUMENTASI UTAMA	

A. Perspektif Teoritis	24
B. Argumentasi Utama	30

BAB III METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Masalah Penelitian	32
2. Unit dan Peringkat Analisis.....	33
3. Situasi sosial, sampel dan teknik sampling.....	34
4. Teknik pengumpulan data	35
5. Teknik analisis data	41
6. Teknik validasi data.....	42

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pemilu Legislatif Provinsi Jawa Timur dan Sosok Caleg	44
B. Data dan Analisis.....	60
1. Strategi Marketing Politik Lilik Hendarwati.....	60
a. Merumuskan Produk Politik	61
b. Menetapkan Strategi Promosi	69
c. Merancang strategi pembiayaan kampanye	96
2. Kendala dan Solusi Implementasi Strategi marketing Politik Lilik Hendarwati	117

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	123
---------------------	-----

B. Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	132
1. Transkrip Wawancara Informan 1: Lilik Hendarwati	132
2. Transkrip Wawancara Informan 2: Adrian Rahman.....	132
3. Transkrip Wawancara Informan 3: Sultan Kunti	133
4. Transkrip Wawancara Informan 4: Cak Parman	133
5. Transkrip Wawancara Informan 4: Yassir Muhammad Abror	133
6. Transkrip Wawancara Informan 5: Ririn	134
7. Transkrip Wawancara Informan 6: Dariyatin.....	134
8. Transkrip Wawancara Informan 7: Wasil.....	135
9. Transkrip Wawancara Informan 8: Astutik	135

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nama Informan dalam wawancara Penelitian	37
Tabel 4. 1 Hasil Perolehan Suara Partai Politik Dapil Jatim I Tahun 2024 ..	48
Tabel 4. 2 Daftar Nama Caleg Tetap Dapil Jatim I Kota Surabaya	49
Tabel 4. 3 Perolehan Kursi Partai Politik di DPRD Jatim Tahun 2024-2029	52
Tabel 4. 4 Nama Caleg Terpilih Dapil JATIM I Surabaya 2024.....	53
Tabel 4. 5 DPT Kota Surabaya Pemilu Tahun 2024 Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 6 DPT Kota Surabaya Pemilu Tahun 2024 Usia dan Generasi	54
Tabel 4.7 Struktur Tim Pemenangan Lilik Hendarwati	95
Tabel 4.8 Laporan Awal Dana Kampanye (LADK) Partai Politik	100

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Dokumentasi Penelitian Karakteristik Lilik	64
Gambar 4. 2 Dokumentasi Penelitian Rekam Jejak Lilik	66
Gambar 4. 3 Dokumentasi Penelitian Program Pembina UMKM	68
Gambar 4. 4 Dokumentasi Penelitian Senam Ibu-Ibu PKK.....	72
Gambar 4. 5 Dokumentasi Penelitian Majelis Taklim.....	72
Gambar 4. 6 Dokumentasi Penelitian Pelatihan Buat Kue.....	73
Gambar 4. 7 Dokumentasi Penelitian Pembagian Sembako Gratis.....	75
Gambar 4. 8 Dokumentasi penelitian Cek kesehatan Gratis.....	79
Gambar 4. 9 Dokumentasi penelitian Pertemuan Terbatas.....	81
Gambar 4. 10 Dokumentasi penelitian Akun Instagram Lilik	82
Gambar 4. 11 Dokumentasi penelitian Titik Lokasi Kampanye Lilik	83
Gambar 4. 12 Dokumentasi penelitian Akun Tiktok Lilik.....	84
Gambar 4. 13 Dokumentasi penelitian Akun Facebook Lilik.....	85
Gambar 4. 14 Dokumentasi penelitian Iklan Media Cetak.....	87
Gambar 4. 15 Dokumentasi penelitian Iklan Media Elektronik	92
Gambar 4. 16 Dokumentasi penelitian Iklan Media Luar Ruang.....	93
Gambar 4. 17 Dokumentasi penelitian Lilik dengan Gema Keadilan	94
Gambar 4. 18 Dokumentasi penelitian Pembina Gema Keadilan	94
Gambar 4. 19 Dokumentasi penelitian Komunitas Ojol Perempuan.....	94

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Husnan, L. H., & Athar, H. S. (2022). Analysis of Political Marketing Strategy on Constituent Behavior in Selecting Candidates for Regional Head in East Lombok District. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(10), 414-422.
- Adam, Aenal Fuad. "Strategi Marketing Politik Adiatma Dwi Putra Sulkarnain Pada Pemilihan Walikota Kendari Tahun 2017." *Jurnal Politik Pemerintahan Dharma Praja* 14, no. 1 (2021): 70-93. Hlm. 84
- Adibah, N., & Jatiningsih, O. (2022). Penguatan Bargaining Power Kader Perempuan Di Dewan Pengurus Wilayah Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Jawa Timur dalam Pengambilan Keputusan atau Kebijakan Partai. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 10(3), 743-757.
- Alfiani, S., Hastjarjo, S., & Sudarmo, S. (2023, September). The Use of Artificial Intelligence Technology in Political Digital Marketing Strategies. *In Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era* (Vol. 3, No. 1, pp. 246-256).
- Ananda, R., & Valentina, T. R. (2021). Modal politik dan modal sosial Athari Gauthi Ardi pada kemenangan pemilu legislatif tahun 2019 di Provinsi Sumatera Barat. *JDKP Jurnal Desentralisasi Dan Kebijakan Publik*, 2(1), 169-185.
- Andita, R. (2021). *Strategi Pemasaran Politik Studi Atas Terpilihnya Li Claudia Chandra Sebagai Anggota DPRD Kota Tangerang Selatan Pada Tahun 2019* (Bachelor's thesis, Fisip UIN Jakarta).
- Ansar Suherman. 2019. Strategi Marketing Politik Anggota Legislatif Perempuan Pada Pemilu Tahun 2014 di Kota Bau Bau. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. II, No. I, hal 12
- Antoniades, N. (2020). Political marketing communications in today's era: Putting people at the center. *Society*, 57(6), 646-656.
- Ariga, M. A., Devi, A. N. M., A'yun, B. A. Q., & Aini, S. N. (2024). 3P Strategy in Verrel Bramasta's Political Marketing in the 2024 Legislative Election: Instagram Social Media Content Analysis. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 12(2), 274-304.
- Bafadhal, F., & Pratiwi, C. S. (2020). Strategi Marketing Politik Kepala Desa Pertahana Pada Pilkades Di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(4), 312-319.
- Bawaslu Kota Surabaya. (2024). Badan Pengawasan Pemilu. <https://surabaya.bawaslu.go.id/pengawasan/pemilu-2024>. Diakses pada tanggal 04 Maret 2025.
- Bingarrayni, E., & Kholisoh, N. (2021, May). Political Marketing Communication Strategy of Prabowo-Sandiaga in the 2019 Presidential Elections. *In MICOSS*

2020: *Proceedings of the 1st MICOSS Mercu Buana International Conference on Social Sciences, MICOSS 2020*, September 28-29, 2020, Jakarta, Indonesia (p. 276). European Alliance for Innovation.

Cresswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih Diantara Lima Pendekatan*. 1st ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Chairulsyah, M. (2024). *Sistem Pemilihan Umum Indonesia dan Singapura Perspektif Fiqh Siyasah* (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

DCT info Pemilu KPU. Lezen. (2024) Profil Calon DPRD Jawa Timur Dapil Jatim I. <https://www.lezen.id/profil-calon/dprd-provinsi/jawa-timur-1/350001/hj-lilik-hendarwati/24154>. Diakses pada tanggal 06 Maret 2025. Pukul 08.00 WIB.

Dessy Ramadhany and Dian Eka Rahmawati, "Modal Caleg Perempuan dan Politik Patriarki Dalam Pemilihan Umum Di Indonesia: Keterwakilan Perempuan Pada Pemilu 2019 Di Kabupaten Sleman," *JISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 10, no. 1 (2020): 39–62, <https://doi.org/10.15575/jispo.v10i1.7237>.

Dhurorudin Mashdad, *Reformasi Sistem Pemilu dan Peran Sospol Abri*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 1998), h. 22.

Dinas Kominfo Jawa Timur. Diakses pada 05 Maret 2025. Melalui media online "https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/rekapitulasi-kpu-final-berikut-120-calon-anggota-dprd-jatim-terpilih-2024-2029"

Dwi Haquri, D., & Sahab, A. (2023). Perempuan dalam Politik: Rekrutmen Anggota Legislatif Perempuan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Jawa Timur di Pileg 2019. *Jurnal Politik Indonesia*, 9(1).

Dolan K and Lynch T (2017) Do candidates run as women and men or democrats and republicans? The impact of party and sex on issue campaigns. *Journal of Women, Politics & Policy* 38(4): 522–546.

Fiqih Arfani. Antara News. (2019). Raperda Pendidikan untuk Kemakmuran di Perjuangkan PKS Jatim. <https://www.antaranews.com/berita/798814/@antarajatimcom>. Diakses pada tanggal 03 Januari 2025. Pukul 10.00 WIB.

Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), 156

Firmansyah, Joni, Leni Nurul Kariyani, and Gita Rizkia. "Strategi Pemenangan Calon Anggota Legislatif Perempuan Pada Pemilihan Umum Kabupaten Sumbawa Barat Tahun 2019." *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)* 4, no. 1 (2022): 1–14. <https://doi.org/10.18196/jpk.v4i1.16181>.

Goodkind. (2019). Profil Lilik Hendarwati. <https://goodkind.id/profil/hj-lilik-hendarwati>. Diakses pada 14 Desember 2024. Pukul 17.00 WIB.

- Handika, R., & Azmi, A. (2020). Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial (Strategi Pemenangan Manufer Putra Firdaus Dalam Pemilu Legislatif. *Journal of Civic Education* (ISSN: 2622-237X), 3.
- Herrnson PS, Lay JC and Stokes AK (2003) Women running “as women”: candidate gender, campaign issues, and voter- targeting strategies. *The Journal of Politics* 65(1): 244–255.
- Herinanto, D., Utami, B. H. S., & Gumanti, M. (2023). Manajemen Marketing Politik: Branding Asas, Ideologi, Doktrin, dan Visi Misi Partai Sebagai Instrumen Pemenangan Caleg Perempuan DPRD Kabupaten Pringsewu Periode 2019-2024. *Jurnal Signaling*, 12(1), 117-130.
- Huddy L and Terkildsen N (1993) Gender stereotypes and the perception of male and female candidates. *American Journal of Political Science* 37(1): 119–147.
- Jatim Newsroom. Dinas Kominfo Jawa Timur. (2024). Rekapitulasi KPU Final, Berikut 120 Calon Anggota DPRD Jatim Terpilih 2024-2029. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/rekapitulasi-kpu-final-berikut-120-calon-anggota-dprd-jatim-terpilih-2024-2029>. Diakses pada 05 Maret 2025. Pukul 14.00 WIB.
- Joni Firmansyah, Leni Nurul Kariyani, and Gita Rizkia, “Strategi Pemenangan Calon Anggota Legislatif Perempuan Pada Pemilihan Umum Kabupaten Sumbawa Barat Tahun 2019,” *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)* 4, no. 1 (2022): 1–14, <https://doi.org/10.18196/jpk.v4i1.16181>.
- Kurniawati, N., & Rohimah, R. (2025, January). Marketing Politik Cepi Firmansyah Muttaqin dari Partai Solidaritas Indonesia pada Pemilu Legislatif DPRD Kabupaten Bandung. In Gunung Djati Conference Series (Vol. 50, pp. 176-189).
- KPU Republik Indonesia. JDIH KPU.go.id. (2017). Peraturan KPU Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2017. https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/PKPU%206%202017_UPLOAD.pdf. Diakses pada tanggal 28 Februari 2025. Pukul 17.15 WIB.
- KPU Republik Indonesia. JDIH KPU.go.id. (2018) Peraturan KPU Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2018. https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/PKPU%2028%20THN%202018.pdf. Diakses pada tanggal 28 Februari 2025. Pukul 17.20 WIB
- KPU. KPU.go.id. (2024). Kilas Pemilu Tahun 2024. <https://www.kpu.go.id/page/read/1136/kilas-pemilu-tahun-2024>. Diakses pada tanggal 04 Maret 2025. Pukul 13.00 WIB.
- KPU Kota Surabaya. (2024) Penyelenggara Utama Pemilu. <https://kota-surabaya.kpu.go.id/>. Diakses pada tanggal 04 Maret 2025. Pukul 13.15 WIB.
- KPU Provinsi Jawa Timur. JDIH KPU. (2024). PKPU Provinsi Jawa Timur Nomor 17 Tahun 2024. https://jdih.kpu.go.id/data/data_kepkpu/2024kpt360_L5.15Jatim.pdf. Diakses pada tanggal 05

Maret 2025. Pukul 07.00 WIB.

KPU Kota Surabaya. (2024). Daftar Pemilih Tetap Kota Surabaya Tahun 2024. <https://kota-surabaya.kpu.go.id/blog/read/daftar-pemilih-tetap-dpt-kota-surabaya-pemilu-tahun-2024>. Diakses pada 05 Maret 2025. Pukul 14.15 WIB.

KPU Kota Surabaya. (2023). Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2024 di Kota Surabaya. <https://kota-surabaya.kpu.go.id/blog/read/klasifikasi-daftar-pemilih-tetap-dpt-berdasarkan-usia-dan-generasi-tingkat-kota-surabaya-untuk-pemilu-tahun-2024>. Diakses pada tanggal 05 Maret 2025. Pukul 14.00 WIB.

KPU Provinsi Jawa Timur. Kominfo Jatim. (2023). KPU; Sebanyak 31.402.838 Warga Jatim Masuk DPT Pemilu 2024. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/kpu-sebanyak-31-402-838-warga-jatim-masuk-dpt-pemilu-2024>. Diakses pada tanggal 05 Maret 2025. Pukul 14.10 WIB.

KPU Jatim. Dinas Kominfo. (2024). Rekapitulasi KPU Final, Berikut 120 Calon Anggota DPRD Jatim Terpilih 2024 – 2029. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/rekapitulasi-kpu-final-berikut-120-calon-anggota-dprd-jatim-terpilih-2024-2029>. Diakses pada tanggal 05 Maret 2025. Pukul 08.30 WIB.

KPU Jatim. BPK JDIH. (2023). Pemungutan dan Penghitungan Suara dalam Pemilihan Umum. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/300607/peraturan-kpu-no-25-tahun-2023>. DIAKSES PADA TANGGAL 24 Februari 2025. Pukul 22.15 WIB.

Manek, D., & Fadah, I. Effectiveness of Digital Marketing Strategies and Political Brand Reinforcement. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen* Volume 9, Nomor 1, Mei 2024

Mercury FM. (2024). Diakses melalui berita online “<https://mercuryfm.id/2024/12/09/soroti-kinerja-pt-air-bersih-yang-selalu-merugi-lilik-hendarwati-bukti-manajemen-kurang-inovatif-dalam-pengembangan-perusahaan/>”

Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia

Naufal Ramadhani Sjam. (2024). *Instagram dan Aspirasi Politik Masyarakat Studi Tentang Lilik Hendarwati Anggota DPRD Provinsi Jawa Timur Tahun 2019-2024* (Bachelor's thesis, Fisip UINSA).

Niffenegger, P.B. (1989), Strategies for Success from the Politic Marketers. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 30, No. 10/11, pp. 45-51

Nila. Mercury FM. (2024). Soroti kinerja PT Air Bersih yang selalu merugi, Lilik Hendarwati: Bukti manajemen kurang inovatif dalam pengembangan Perusahaan. <https://mercuryfm.id/2024/12/09/soroti-kinerja-pt-air-bersih->

yang-selalu-merugi-lilik-hendarwati-bukti-manajemen-kurang-inovatif-dalam-pengembangan-perusahaan/. Diakses pada tanggal 24 Februari 2025. Pukul 22.00 WIB.

Pasolong, H. (2012). *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Prof. Dr. Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* hlm. 9 & 259

Paralegal. Diakses melalui media online pada 28 Februari 2025 “<https://paralegal.id/peraturan/keputusan-komisi-pemilihan-umum-nomor-1349-tahun-2024/>”

Pane, S. (2024). *Analisis Jokowi Effect terhadap Perolehan Kursi PDI-Perjuangan Pada Pemilu 2014, 2019 Studi Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara* (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).

PKS Jatim. Website resmi PKS.2024. Dewan Pengurus Pusat. “<https://pks.id/content/kembali-satu-fraksi-di-dprd-jatim-ketua-pks-titik-tolak-untuk-siapkan-kemenangan-pilkada-2024-dan-pemilu-2029>”

PKPU Nomor 3 Tahun 2022. KPU Provinsi Jawa Timur. (2022). Tahapan dan jadwal penyelenggara Pemilu. https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta_pemilu. Diakses pada 05 Maret 2025.

Portal Hukum dan Peraturan Indonesia. Paralegal.id. (2024). Keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1349 Tahun 2024. <https://paralegal.id/peraturan/keputusan-komisi-pemilihan-umum-nomor-1349-tahun-2024/>. Diakses pada tanggal 28 Februari 2025. Pukul 17.00 WIB.

Peraturan Perundang-Undangan. JDIH BPK. (2017). Undang-undang (UU) Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. <https://peraturan.bpk.go.id/details/37644/uu-no-7-tahun-2017>. Diakses pada tanggal 28 Februari 2025. Pukul 15.15 WIB.

Peraturan Perundang-Undangan. JDIH BPK. (2011). Undang-undang (UU) Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/37656/uu-no-15-tahun-2011>. Diakses pada tanggal 28 Februari 2025. Pukul 15.10 WIB.

“Qu’an.com,” diakses 11 Desember 2024, <https://quran.com/id/yusuf/87-97>.

Ramadhany, Dessy, and Dian Eka Rahmawati. “Modal Caleg Perempuan Dan Politik Patriarkhi Dalam Pemilihan Umum Di Indonesia: Keterwakilan Perempuan Pada Pemilu 2019 Di Kabupaten Sleman.” *JISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 10, no. 1 (2020): 39–62. <https://doi.org/10.15575/jispo.v10i1.7237>.

Rahardi J. Soekamo. Berita Jatim.com. (2021). Tasyakuran Milad 19 Tahun, PKS Jatim Kuatkan Cinta

dan Pembelaan Rakyat. <https://beritajatim.com/tasyakuran-milad-19-tahun-pks-jatim-kuatkan-cinta-dan-pembelaan-rakyat>. Diakses pada 03 Januari 2025. Pukul 09.00 WIB

- Risma, Y., & Rahmawati, D. E. (2020). Political Marketing Strategies of Woman Candidates to Win The 2019 Provincial Legislative Election In Central Java. *Jurnal Pemerintahan dan Kebijakan (JPK)*, 2(1), 21-33.
- Setiyani, Wiji, Asep Kamaludin Nasir, Danis Tri, and Saputra Wahidin. "POLITEIA : Jurnal Ilmu Politik Pemasaran Politik Lilis Nurlia Dan Eka Widayani Latief Pada Pemilu 2019 Di Kota Bekasi" 15, no. 1 (2023): 14–26.
- Sevilla. Diakses melalui media online Gramedia Blog 11 Desember 2024. "https://www.gramedia.com/best-seller/motto-hidup-sukses"
- Sewitri, S., Yusri, A., & Marta, A. (2024). Strategi Pemenangan Mira Roza Dalam Memperoleh Suara Terbanyak Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau Tahun 2019. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 10187-10200.
- Spradley, J.P. (1980). *Participant observation*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Sewitri, S., Yusri, A., & Marta, A. (2024). Strategi Pemenangan Mira Roza Dalam Memperoleh Suara Terbanyak Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau Tahun 2019. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 10187-10200.
- Suherman, A. (2019). Strategi Marketing Politik Anggota Legislatif Perempuan Pada Pemilu Tahun 2014 Di Kota Baubau. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 11-21.
- Shynta, S., & Ubaidullah, M. A. (2023). Strategi Marketing Politik Nora Idah Nita Pada Pemilu Legislatif 2019-2024 Di Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 8(3).
- Sutrisno, S., Yuningsih, N. Y., & Agustino, L. (2018). Komparasi Teori Marketing Politik 4p Menurut Niffenegger dan 3p Menurut Adman Nursal. *Medan: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 6(2), 106-111
- Sofyan Arif Candra Sakti. Tribun Jatim.com. (2019). Lilik Hendarwati Gantikan Arif HS Sebagai Anggota DPRD Jatim, Berkas Sudah Sampai Gubernur Khofifah. <https://jatim.tribunnews.com/2019/11/17/lilik-hendarwati-gantikan-arif-hs-sebagai-anggota-dprd-jatim-berkas-sudah-sampai-gubernur-khofifah>. Diakses pada tanggal 11 Desember 2024. Pukul 10.12 WIB.

- Trianggorowati, E., & Al-Hamdi, R. (2020). Strategi Kampanye Partai Islam: Kasus Partai Keadilan Sejahtera Pada Pemilu 2019. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 16(1), 65-82.
- Tim Regional. Liputan6. (2024). Sarasehan dengan Kelompok Tani, Ketua PKS Jatim Komitmen Perjuangkan Petani. <https://www.liputan6.com/surabaya/read/5500182/sarasehan-dengan-kelompok-tani-ketua-pks-jatim-komitmen-perjuangkan-petani>. Diakses pada tanggal 03 Januari 2025. Pukul 09.30 WIB.
- Undang – Undang 1945 Perubahan Ketiga. BPK. go.id. (1945) Perubahan Ketiga Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 22E. https://www.bpk.go.id/assets/files/storage/2013/12/file_storage_1386735413.pdf. Diakses pada tanggal 04 Maret 2025. Pukul 13.10 WIB.
- Utami Argawati. Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia. (2024). Ketua MK Suhartoyo membacakan amar putusan pengujian Undang-Undang tentang Aturan ambang batas Parlemen. <https://testing.mkri.id/berita/aturan-ambang-batas-parlemen-empat-persen-konstitusional-bersyarat-untuk-pemilu-2029-dan-pemilu-berikutnya-20080>. Diakses pada tanggal 1 Maret 2025. Pukul 08.00 WIB.
- Utami, H. F. *Perempuan Dan Politik Analisis Faktor Peningkatan Elektabilitas Perempuan dalam Pileg Tangerang Selatan Tahun 2019 di Dapil Tangsel 3* (Bachelor's thesis, Progam Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Wawointana, Caesar V., Daud M. Liando, and Alfon Kimbal. "Strategi Marketing Politik Melky Jakhin Pangemanan Dalam Pemilihan Anggota Legislatif Provinsi Sulawesi Utara Periode 2019-2024." *Governance* 1, no. 1 (2021). Hlm. 4 & 8.
- Yulono. Memox. (2024). Lilik Hendarwati Salurkan 200 Soundsystem untuk Masjid dan Majelis Taklim. <https://memox.co.id/lilik-hendarwati-salurkan-200-soundsystem-untuk-masjid-dan-majelis-taklim/>. Diakses pada tanggal 05 Maret 2025 Pukul 13.45 WIB.
- Zunaria, Y., & Ruliana, P. (2022). Model Orientasi Pemasaran Politik sebagai Strategi Komunikasi Pemenangan Pemilu Legislatif. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(1), 81-91.