

Faktor-faktor Pemenangan Anggota Legislatif Perempuan Fraksi PKB dan PDI-Perjuangan pada Pemilu Tahun 2014 di Kabupaten Pekalongan

Wahyu Kurniawan

14010114120031

Departemen Politik dan Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Abstract

The representative of Woman is regulated in every election process stages settled in the Law. Where the quota regulates party organizing and legislative candidacy. The Party is required to comply with these rules in order to become an election participant. Moreover, the party is also required to be able to nominate the best cadres to be able to compete with other candidates. The party has a right to vote for those to be nominated in order to increase the party's vote. In addition to parties that compete in the election, each candidate of course also compete with other candidates to get support from the community including women candidates. The purpose of this paper is to know what are the factors to influence in the winning of women legislative members from PKB and PDIP fractions in the 2014 Election in Pekalongan Regency reminding the votes of both parties are consistent from the 2009 General Election and 2014 Election.

The theory used in this research is the Political Marketing theory used to be able to know the strategies used by each elected female candidate. In Political Marketing theory there are 4 aspects namely Product, Promotion, Price, and Place. The research is done by qualitative research method. The data collection is done by through in-depth interviews with source persons and field documentation.

The results of research that done are in the vote acquisition each candidate have its own factor. The factors used in the winning of female legislative members from PKB and PDI-Perjuangan fractions in the 2014 Election in Pekalongan Regency are political parties, candidate figures, successful teams, and families. Each of these factors has its own role in accordance with the needs of the candidate. The strategy used through Political Marketing theories are Product, Promotion, Price, and Place. The product is the vision and the mission that is offered to the community. The mission vision is about sustainable development for the improvement of the people's economy. Promotion is the strategy used by each candidate. The strategy used is to go directly to all levels of society. Price is a range to know the cost required of each candidate. For the price of one seat a legislative member is very expensive given the intense competition. Places are used for mapping territories and approaching communities regarding language use for campaigns. Because of the women election become legislative members, it is expected to give spirit and motivation for society especially women to be brave of politics because politics not only belong to men but also women can compete even their achievement can be more than men.

Keywords: political party, female candidate, winner

I. PENDAHULUAN

Partai politik memang sebagai alat perjuangan untuk mengorganisir rakyat dengan tujuan merebut kekuasaan. Tetapi kekuasaan itu seharusnya didasarkan pada suatu ideologi, suatu impian yang membuat kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia. Ideologi dalam partai politik tidak hanya sekedar pengikat lahir dan batin antara para anggotanya, tetapi merupakan rohny suatu partai politik untuk mencapai suatu tujuan besar, bukan tujuan pribadi atau golongan yang sesaat. Menurut Miriam Budiardjo mengemukakan bahwa partai politik merupakan kelompok-kelompok yang terorganisir anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama, tujuan kelompok ini adalah untuk memperoleh kekuasaan politik dan berebut kedudukan politik dengan cara konstitusional untuk melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan mereka.

Isu mengenai kesetaraan gender di tingkat parlemen sebenarnya sudah mulai muncul ketika pemilu tahun 2009. Hal itu terbukti dari disahkannya Undang-undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang digunakan sebagai panduan penyelenggaran pemilu 2009. Keterlibatan 30% keterwakilan perempuan dimulai dari partai politik terlebih dahulu. Dimana setiap partai harus melibatkan perempuan minimal 30% untuk terlibat dalam kepengurusannya. Upaya untuk menyetarakan gender sudah diatur dalam Undang-undang nomor 8 tahun 2012. Selain itu, bakal calon anggota legislatif dari masing-masing partai harus menyertakan minimal 30%

keterwakilan perempuan. Undang-undang ini disahkan dalam rangka menyongsong Pemilu 2014 dimana tahun 2014 merupakan tahun politik sehingga diharapkan Pemilu tahun 2014 bisa lebih baik daripada Pemilu tahun 2009.

Pada pemilu tahun 2014, yang dilaksanakan pada 9 April 2014 diikuti oleh 12 Partai Nasional dan 3 partai lokal Aceh. Begitu juga di Provinsi dan Kabupaten/Kota yang diikuti oleh 12 partai nasional. Di Kabupaten Pekalongan, jumlah calon anggota legislatif yang terdaftar sebanyak 413 orang, terdiri dari 236 orang laki-laki dan 177 orang perempuan. Jumlah 30% keterwakilan perempuan dari 413 orang yaitu 123 orang. Artinya, dalam tahap awal penetapan calon anggota legislatif perempuan pada pemilihan legislatif di Kabupaten Pekalongan pada tahun 2014 sudah terpenuhi. Dari 413 orang tersebut terbagi dalam 5 (lima) daerah pemilihan yang meliputi 19 Kecamatan di Kabupaten Pekalongan. Dari 5 daerah pemilihan tersebut kemudian terpilih sebanyak 45 orang anggota legislatif. Laki-laki berjumlah 34 orang dan perempuan berjumlah 11 orang. Di Kabupaten Pekalongan sendiri, peran perempuan sangat beragam. Ada yang sebagai ibu rumah tangga tetapi tidak sedikit pula yang ikut bekerja untuk membantu perekonomian keluarga. Selain itu, kegiatan lain yang di ikuti yaitu mulai dari arisan hingga kegiatan keagamaan (Muslimat NU).

Namun demikian, praktik diskriminasi terhadap perempuan masih terjadi baik dibidang politik, sosial, budaya dan sipil. Hal itu terjadi karena ketika perempuan sudah terpilih menjadi anggota legislatif, mereka lebih mengedepankan hati nurani dan perasaan sehingga partai politik tidak bisa memanfaatkan jabatan kaum perempuan di dalam parlemen untuk kepentingan kelompoknya. Jaringan

kerjasama diperlukan oleh kaum perempuan dalam perjuangan menjadi anggota legislatif. Dimana jaringan tersebut diperlukan untuk bisa memenangkan kaum perempuan menjadi anggota legislatif.

Perolehan kursi anggota DPRD Kabupaten Pekalongan dari periode 2009-2014 dan 2014-2019 cenderung tidak tetap. Dimana terdapat partai politik yang mengalami peningkatan dalam perolehan kursi serta ada juga yang mengalami penurunan. Partai Kebangkitan Bangsa yang merupakan partai dengan basis Nahdlatul Ulama mampu memimpin dengan perolehan kursi terbanyak selama dua periode. Disusul oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dengan basis nasionalisnya juga mempunyai basis besar di Kabupaten Pekalongan. Tidak hanya peningkatan dalam jumlah kursi yang diperoleh oleh PKB dan PDIP, peningkatan tersebut juga terjadi pada jumlah anggota DPRD perempuan terpilih.

Dengan demikian, peran partai serta peran jaringan sangat dibutuhkan dalam perebutan kursi di DPRD Kabupaten Pekalongan. Terlebih, kedua partai tersebut merupakan partai yang mempunyai basis terbanyak di Kabupaten Pekalongan dimana pada Pemilu tahun 2014 PKB memperoleh 131.072 suara dengan total dana kampanye Rp 781.770.000,- dan PDIP memperoleh 109.317 suara dengan total dana kampanye Rp 243.575.500,-. Artinya, masing-masing partai membutuhkan dana kampanye yang cukup besar untuk menarik suara dari masyarakat.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dihasilkan dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada beberapa informan yang terdiri dari Penyelenggara Pemilu (KPU dan Panwaskab), Pengurus partai (PKB dan PDI-Perjuangan), Anggota Legislatif Perempuan (PKB dan PDI-Perjuangan), tim pemenangan (jaringan). Pada penelitian ini juga menganalisis data-data yang diperoleh melalui penelitian di lapangan. Selain itu, juga menganalisis data yang berasal dari jawaban informan kunci untuk bisa mengetahui jaringan apa yang digunakan pada saat pencalonan hingga terpilih serta bagaimana peran dari jaringan tersebut.

III. HASIL PENELITIAN

3.1 Faktor-faktor kemenangan

Faktor-faktor kemenangan anggota legislatif perempuan dari Fraksi PKB dan PDI-Perjuangan pada Pemilu Tahun 2014 diantaranya yaitu partai politik, figur calon, tim sukses, dan keluarga. Faktor-faktor tersebut mempunyai peran tersendiri dalam kemenangan setiap anggota legislatif perempuan tersebut.

1. Partai politik

Hasil dari Pemilu 2014 di Kabupaten Pekalongan dengan Pemilu 2009 tidak jauh berbeda. Dimana PKB masih tetap menempati posisi pertama perolehan suara dan PDI-Perjuangan menempati posisi kedua perolehan suara pada Pemilu Tahun 2014 di Kabupaten Pekalongan. Kedua partai tersebut memang menjadi partai dengan basis terbesar di Kabupaten Pekalongan. Setiap partai tentunya mempunyai peran masing-masing mulai dari rekrutmen calon hingga melakukan sosialisasi serta kampanye untuk bisa memperoleh

dukungan dari masyarakat termasuk PKB dan PDI-Perjuangan. Calon-calon tersebut tentunya sudah sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam AD/ART masing-masing partai serta mempunyai kualitas sehingga mampu bersaing dengan calon lain. Setiap partai tentunya mencalonkan kader-kader terbaiknya untuk dapat bersaing dengan calon lainnya. Selain itu, kader-kader tersebut juga diharapkan dapat mendongkrang perolehan suara partai melalui suara di daerah pemilihan hingga popularitas yang dimiliki masing-masing calon. Biasanya partai akan mencalonkan kembali anggota legislatif yang sebelumnya sudah pernah mempunyai pengalaman menjadi peserta Pemilu. Dengan begitu maka partai bisa mengamankan perolehan suara sehingga bisa memenangkan Pemilu. Calon bisa memanfaatkan partai politik sebagai jembatan untuk bisa mendapat dukungan dimasyarakat. Namun demikian tidak semua orang bisa menggunakan partai politik sebagai mesin suara melainkan hanya pengurus partai yang sudah sejak lama bergabung dengan partai tersebut serta mempunyai pengaruh dan menempati jabatan-jabatan penting dalam partai. Namun demikian, dalam tahapan kampanye, partai tidak terlibat karena hal tersebut merupakan urusan dari masing-masing calon beserta tim pemenangnya.

2. Figur calon

Figur sangat berpengaruh bagi masing-masing calon untuk bisa mendapat dukungan di masyarakat. Figur sangat berperan bagi calon yang bukan berasal dari internal partai karena hal tersebut dapat menentukan perolehan suara. Selain itu figur juga digunakan oleh partai politik untuk bisa

mencalonkan kader-kader dari internal partai maupun bukan dari kepengurusan partai. Partai akan melihat kualitas dari calon tersebut sebelum mengusung calon tersebut. Partai tentunya mempunyai kriteria tersendiri untuk calon yang bukan berasal dari internal partai karena hal tersebut berpengaruh terhadap perolehan suara partai termasuk elektabilitas partai. Figur calon yang dipilih oleh partai tentunya yang mempunyai basis massa besar sehingga akan mempermudah calon tersebut. Selain basis massa, calon tersebut juga harus mampu baik dari segi biaya maupun pikiran untuk bisa bersaing dengan calon lain mengingat ketatnya persaingan yang harus dihadapi.

3. Tim sukses

Pada Pemilu Legislatif, tim sukses dipilih oleh setiap individu. Artinya, partai tidak terlibat dalam pembentukan tim sukses tersebut. Tim sukses ini bisa tercipta melalui berbagai unsur. Namun biasanya tim sukses adalah orang-orang yang memang sudah kenal dekat dengan calon tersebut. Pada Pemilu Legislatif, tim sukses mempunyai peran penting dalam hal pemenangan setiap calon. Terutama untuk calon-calon yang memang baru pertama kali menjadi peserta pada Pemilu Legislatif. Hal tersebut berpengaruh besar karena ketatnya persaingan antar individu. Pada dasarnya setiap calon mempunyai tim sukses yang bertugas sebagai tim pemenangan. Tim sukses tersebut bekerja untuk mendapatkan dukungan di masyarakat melalui penyampaian visi misi serta program kerja. Penggunaan tim sukses tersebut sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing calon tersebut. Tidak semua calon

mengandalkan kinerja dari tim sukses karena tidak semua tim sukses bisa bekerja sesuai dengan keinginan dari calon tersebut. Terkadang, tim sukses justru memanfaatkan moment Pemilu untuk mendapatkan keuntungan pribadi. Hal tersebut sering terjadi ketika Pemilu karena calon mudah tergiur dengan iming-iming dari tim sukses. Oleh karena itu, dalam pembentukan tim sukses, harus dilakukan secara profesional dan benar-benar memilih orang-orang yang memang bisa diajak untuk bekerja sama.

4. Keluarga

Keluarga sangat berperan dalam proses pencalonan hingga perolehan suara di masyarakat. Karena pada dasarnya keluarga adalah semangat yang tidak pernah luntur walaupun diterpa berbagai permasalahan. Keluarga adalah orang-orang yang ketika kita tertimpa musibah atau masalah akan tetap berdiri mendampingi kita dan memberikan kita semangat untuk bangkit dari permasalahan tersebut. Dalam Pemilu, keluarga bisa dijadikan modal awal untuk bisa mendapatkan suara di masyarakat. Keluarga sangat berperan terutama bagi calon yang bukan dari internal partai terlebih calon tersebut mempunyai latar belakang ideologi yang berbeda dengan partai pengusungnya. Peran keluarga dibutuhkan untuk bisa memberikan dukungan moral dan materil.

3.2 Teori marketing politik

1. Produk

Visi misi maupun program kerja yang dibuat harus sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan oleh partai. Visi misi maupun program kerja tersebut

merupakan penjabaran dari visi misi partai namun dijelaskan kembali oleh masing-masing calon menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh masyarakat serta sesuai dengan kebutuhan di daerah pemilihan masing-masing. Adapun visi misi maupun program kerja yang ditawarkan oleh calon yaitu mengenai pembangunan berbasis masyarakat serta peningkatan perekonomian sehingga tercipta kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan-kegiatan yang mempunyai keberlanjutan. Dalam pembuatannya, tidak semua calon melibatkan jaringan karena hal tersebut memang menjadi urusan dari masing-masing calon.

2. Promosi

Strategi yang digunakan oleh masing-masing calon tentunya berbeda-beda mengingat ketatnya persaingan yang harus dihadapi oleh masing-masing calon. Strategi tersebut tergantung dari kebutuhan masing-masing calon di daerah pemilihannya. Calon yang sudah pernah menjadi peserta Pemilu tentunya lebih diunggulkan daripada calon yang baru pertama kali menjadi peserta Pemilu. Hal itu karena strategi yang digunakan merupakan pembaharuan dari strategi yang digunakan pada Pemilu sebelumnya. Strategi yang diperlukan untuk calon yang bukan berasal dari internal partai juga berbeda mengingat keduanya datang dengan latar belakang yang berbeda dengan ideologi partai pengusungnya.

3. Harga

Pada tahapan pencalonan setiap partai tidak dipungut biaya melainkan hanya dikenakan biaya ganti materai atau biaya gotong royong partai yang

notabene sama dengan iuran partai. Masing-masing calon menyadari bahwa harga satu kursi legislatif sangatlah mahal. Masing-masing calon membutuhkan 250-500 juta untuk proses pencalonan hingga terpilih. Biaya tersebut bersumber dari dirisendiri dan dibantu oleh keluarga. Pengelolaan biaya kampanye dari partai dikelola secara profesional menggunakan nomor rekening berbeda kemudian dilaporkan kepada KPU. Untuk pengelolaan biaya kampanye dari masing-masing calon dilakukan secara individu bersama dengan jaringan yang digunakanya. Namun tidak semua jaringan terlibat dalam pengelolaan biaya kampanye karena hal tersebut merupakan privasi dari masing-masing calon.

4. Tempat

Pemetaan wilayah yang dilakukan oleh masing-masing anggota legislatif yaitu melalui turun langsung kepada masyarakat sehingga bisa mengetahui kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan. Selain itu, pemetaan wilayah juga digunakan untuk bisa mengetahui peta politik di lapangan. Sedangkan untuk melakukan pendekatan dengan masyarakat yang mempunyai kontur wilayah berbeda-beda, tentunya masing-masing calon harus memperhatikan terkait penggunaan bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Karena penggunaan bahasa untuk berkomunikasi antara masyarakat dataran rendah dan dataran tinggi berbeda. Selain penggunaan bahasa, etika sopan santun dan norma juga perlu diperhatikan karena tujuan dari masing-masing calon tentunya ingin mendapatkan dukungan dari masyarakat. Untuk calon yang sudah pernah menjadi peserta Pemilu tentunya

hal ini sangat mudah karena sudah pernah mengalami dan melaksanakannya. Namun untuk calon yang baru pertama kali menjadi peserta Pemilu apalagi calon tersebut bukan dari struktural partai tentunya hal tersebut suli dilakukan. Peran dari jaringan sangat diperlukan untuk bisa melakukan pemetaan wilayah dan memahami kontur wilayah dari masyarakat yang tentunya berbeda-beda.

IV. SIMPULAN

Faktor-faktor yang digunakan oleh anggota legislatif perempuan Fraksi PKB dan PDI-Perjuangan pada Pemilu 2014 di Kabupaten Pekalongan yaitu partai politik, figur calon, tim sukses, dan keluarga. Masing-masing calon tentunya sudah memikirkan dengan matang terkait strategi yang akan digunakan. Karena hal tersebut harus melihat kemampuan serta kebutuhan di daerah pemilihan sehingga perolehan suara bisa maksimal. Partai politik berperan dalam proses pencalonan karena partai yang menentukan siapa saja yang berhak untuk menjadi calon anggota legislatif. Selain itu partai juga bisa digunakan sebagai mesin suara oleh calon yang memang mempunyai loyalitas tinggi terhadap partai. Figur calon digunakan untuk bisa mendapat dukungan dari masyarakat. Namun demikian, figur juga digunakan oleh partai untuk mencalonkan orang-orang yang bukan dari internal partai dengan melihat kapasitas dan kemampuannya. Tim sukses digunakan untuk memaksimalkan perolehan suara di daerah pemilihan. Karena tim sukses dianggapnya sebagai wakil dari calon tersebut untuk bisa menyampaikan visi misi maupun program kerja. Keluarga sangat berperan penting karena keluarga merupakan modal awal yang harus dimiliki oleh masing-

masing calon. Keluarga yang memberikan dukungan moril maupun materil. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori Marketing Politik dari Firmanzah. Dalam teori tersebut memperkenalkan 4Ps, yaitu Produk (*product*), Promosi (*promotion*), Harga (*price*), Tempat (*place*). Produk yaitu untuk mengetahui visi misi maupun program kerja yang disampaikan kepada masyarakat. Visi misi maupun program kerja tersebut harus sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan oleh masing-masing partai serta kondisi yang ada di masyarakat. Dalam pembuatannya, visi misi maupun program kerja tersebut ada yang melibatkan tim pemenangan namun tidak sedikit yang dibuat secara pribadi tanpa harus melibatkan tim pemenangan. Untuk bisa menyampaikan visi misi maupun program kerja tersebut harus melalui promosi atau kampanye. Promosi yang dilakukan yaitu terkait strategi yang digunakan untuk bisa mendapatkan dukungan dari masyarakat.

Strategi-strategi tersebut disusun bersama dengan tim pemenangan untuk kemudian dilaksanakan pada saat kampanye di daerah pemilihan masing-masing. Dalam merealisasikan strategi tersebut tentunya dibutuhkan biaya yang tidak sedikit. Masing-masing calon harus mempunyai modal yang digunakan mulai dari pencalonan hingga terpilih. Sumber pendanaan tersebut juga sebagian besar dari pribadi dengan dibantu oleh keluarga. Adapun pengelolaan biaya tersebut dilakukan oleh masing-masing calon beserta tim pemenangan yang memang terlibat dalam pengelolaan tersebut. Namun demikian, tidak semua tim pemenangan dilibatkan dalam pengelolaan biaya tergantung dari masing-masing calon.

Dalam upaya mendapatkan dukungan dari masyarakat, pemetaan wilayah dan pendekatan kepada masyarakat sangat diperlukan. Terlebih dengan kontur wilayah yang berbeda-beda tentunya membutuhkan perlakuan khusus yang memang harus diterapkan sebelum melakukan kampanye. Pemetaan wilayah tersebut sebagian besar melibatkan tim pemenangan karena memang yang lebih memahami kondisi di lapangan. Adapun untuk melakukan pendekatan dengan masyarakat yang harus diperhatikan yaitu terkait penggunaan bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi. Penggunaan bahasa sangat penting karena kontur wilayah yang berbeda maka bahasa yang digunakan juga harus berbeda agar masyarakat tertarik untuk memberikan dukungannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal. 144
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana
- Damsar. 2011. *Pengantar Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana
- Faqih, Mansur. 1996. *Analisis Gender dan Transformasi sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Firmanzah. 2007. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Herdiansyah, Haris, 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika.
- H.I, A Rahman. 2007. *Sistem Politik Indonesai*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya

- Satriyani , Siti Hariti. 2009. *Gender and Politics*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Sihite, Romany. 2007. *Perempuan, Kesetaraan, dan Keadilan: Suatu Tinjauan Berwawasan Gender*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulistiyani, Ambar Teguh. 2004. *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media
- Suwitri, Srii. 2008. *Jejaring Kebijakan dalam Perumusan Kebijakan Publik Suatu Kajian Tentang Perumusan Kebijakan Penanggulangan Banjir dan Rob Kota Semarang*. Semarang: badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Syafiie, Inu Kencana dan Azhari. 2005. *Sistem Politik Indonesia*. Bandung: PT Refika Aditama
- Ihromi, Tapi Omah. 1990. *Para Ibu yang Berperan Tunggal dan Berperan Ganda*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi

Undang-undang:

UU No. 10 Tahun 2008

UU No. 8 Tahun 2012

Jurnal:

<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jpm88fded9e71full.pdf>. Diakses pada 18 September 2017 Pukul 20:00 WIB

Pratikno. 2008. *Manajemen Jaringan dalam Perspektif Strukturasi*. Jurnal Kebijakan dan Administrasi publik. Magister Adminitrasi Publik Universitas Gajah Mada. Diakses pada 18 September 2017 Pukul 20:00 WIB

Website:

www.pekalongankab.go.id diakses pada 25 Maret 2017 pukul 08:00WIB

www.kpu.go.id diakses pada 22 April 2017 pukul 10:00WIB

<https://kpujajen.wordpress.com/> diakses pada 22 April 2017 pukul 10:00WIB

<http://nasional.kompas.com/read/2016/08/21/16192911/perempuan.indonesia.masih.dalam.belenggu.diskriminasi> diakses pada 8 Mei 2017 Pukul 19:00WIB

<http://kpu-jatengprov.go.id/> diakses pada 20 Juni 2017 pukul 22:00WIB

http://www.jariungu.com/parlemen_profil.php?pageNum_rsAnggotaParlemen1=4&totalRows_rsAnggotaParlemen1=45&maxRows_rsAnggotaParlemen1=10%27&idJenisParlemen=4&idParlemen=292&idKabKota=261&cariAnggotaParlemenDaerah=y diakses pada 10 Juni 2017 pukul 20:00WIB

www.businessofgovernment.org diakses pada 26 September 2017 pukul 21:00WIB