

ISBN 978-602-1178-15-7

Prosiding

Seminar Nasional

**70 Tahun Indonesia Merdeka
(Prospek dan Tantangan Pendidikan Kewarganegaraan
dalam Menanggapi Persoalan Bangsa)**

Padang, 17 Oktober 2015

Editor: Isnarmi Moeis

PENERBIT UNP PRESS PADANG
 **UNP PRESS**

**PROSIDING
SEMINAR NASIONAL
Tema: 70 TAHUN INDONESIA MERDEKA
(Prospek dan Tantangan Pendidikan Kewarganegaraan
dalam Menanggapi Persoalan Bangsa)
Padang, 17 Oktober 2015**

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NO 19 TAHUN 2002
TENTANG HAK CIPTA
PASAL 72
KETENTUAN PIDANA SANGSI PELANGGARAN

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu Ciptaan atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 1 (satu) bulan dan denda paling sedikit Rp 1.000.000, 00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan denda paling banyak Rp 5.000.000.000, 00 (lima milyar rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyerahkan, menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp 500.000.000, 00 (lima ratus juta rupiah).

**PROSIDING
SEMINAR NASIONAL**
Tema: 70 TAHUN INDONESIA MERDEKA
**(Prospek dan Tantangan Pendidikan Kewarganegaraan
dalam Menanggapi Persoalan Bangsa)**
Padang, 17 Oktober 2015



**PROSIDING
SEMINAR NASIONAL**

Tema:

70 TAHUN INDONESIA MERDEKA

(Prospek dan Tantangan Pendidikan Kewarganegaraan
dalam Menanggapi Persoalan Bangsa)

ISBN:

978-602-1178-15-7

PENERBIT

UNP Press

PENANGGUNG JAWAB

Dr. Maria Montessori, M.Ed., M.Si

Dr. Fatmariza, M.Hum

EDITOR KEPALA

Dr. Isnarmi Moeis, M.Pd, M.A

EDITOR PEMBANTU

Dr. Junaidi Indrawadi, S.Pd., M.Pd

Alia Azmi, S.IP., M.Si

EDITOR BAHASA

Dr. Abdurahman, M.Pd.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita persembahkan ke hadirat Allah swt, karena atas karunia-Nya Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Kewarganegaraan telah dapat diterbitkan. Seminar dengan tema “70 Tahun Indonesia Merdeka: Prospek dan Tantangan Pendidikan Kewarganegaraan dalam Menanggapi Persoalan Bangsa,” telah dilaksanakan pada tanggal 17/18 Oktober 2015 di Aula Fakultas Ilmu Pendidikan Lt. 4 Universitas Negeri Padang, yang diselenggarakan oleh Jurusan Pendidikan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang, yang dihadiri oleh 148 peserta.

Seminar nasional ini diselenggarakan sebagai bentuk perhatian terhadap persoalan kebangsaan yang dihadapi pemerintahan Presiden Joko Widodo berkaitan dengan nilai dan karakter bangsa seperti; sikap boros dan konsumtif, kekerasan terhadap anak dan perempuan, melemahnya nilai-nilai kesantunan terhadap pemimpin dan orang tua, kasus-kasus korupsi, dan semakin maraknya ideologi sekuler yang merongrong ideologi Pancasila. Seminar ini merupakan media saling menukar informasi dan pengalaman, ajang diskusi ilmiah, sumbang saran dalam mengatasi persoalan kebangsaan.

Prosiding ini memuat makalah seminar dari berbagai hasil penelitian mengenai persoalan kebangsaan yang dibagi menjadi empat sub tema; pendidikan pembelajaran, sosial budaya dan kemasyarakatan, politik hukum dan pemerintahan, filsafat dan ideologi negara. Makalah berjumlah 13 buah berasal dari dosen PPKn pada PTN dan PTS, guru PPKn dan alumni PPKn, baik yang berprofesi sebagai praktisi, politisi dan wiraswasta serta mahasiswa S1 dan S2.

Semoga penerbitan prosiding ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan pembelajaran dalam membahas nilai-nilai dan karakter bangsa dalam pengembangan pendidikan kewarga-

negara di masa yang akan datang. Akhir kata kepada semua pihak yang telah membantu, kami ucapkan terima kasih.

Padang, November 2015
Ketua Panitia Seminar dan
Mubes Alumni Pkn

Dr. Junaidi Indrawadi, M.Pd

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
1. PROSPEK DAN TANTANGAN PENDIDIKAN PANCASILA DAN KEWARGANEGARAAN (PPKn) DALAM MENGHADAPI PERSOALAN BANGSA Udin S. Winatapura	1
2. PENILAIAN AFEKTIF PADA PEMBELAJARAN PPKn DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI KOTA PADANG Maria Montessori, Ambiyar	52
3. INTEGRASI PANCASILA SEBAGAI <i>CHARACTER BUILDING</i> DI LINGKUNGAN PENDIDIKAN FORMAL Akmal Sutja, Irzal Anderson	67
4. URGENSI PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN DALAM MEMBANGUN KARAKTER KEBANGSAAN PESERTA DIDIK Sudirman	79
5. REDEFINISI KONSEP “KEWARGANEGARAAN” (<i>CITIZENSHIP</i>) DALAM PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN DALAM UPAYA MENGHADAPI TANTANGAN BANGSA Isnarmi Moeis	100
6. TANTANGAN PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN DI MASA DEPAN (Ditinjau dari Prespektif Pembelajaran di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan) Inge Angelia.....	112
7. GENDER DAN PERTIMBANGAN MORAL (Strategi Pengembangan Pembelajaran PPKn yang Bernilai) Fatmariza.....	119

8. PENDANAAN PARTAI POLITIK UNTUK PENDIDIKAN POLITIK (Studi Terhadap Partai X dan Partai Y di Kota Padang) Al Rafni, Suryanef, dan Aina.....	140
9. ANGGOTA LEGISLATIF PEREMPUAN KOTA PADANG DAN KAMPANYE PEMILU LEGISLATIF 2014 Nurman S., Al Rafni, dan Suryanef.....	165
10. POLA RELASI KONSTITUEN DENGAN PEREMPUAN ANGGOTA LEGISLATIF HASIL PEMILU 2014 DI KOTA PADANG Suryanef, Al Rafni	185
11. MENGENAL NAGARI SUMPUR SEBAGAI NAGARI PUSAKA DI SUMATERA BARAT Susi Fitria Dewi.....	202
12. MODEL INSERT PEMBELAJARAN NILAI-NILAI KEBANGSAAN DALAM MATA PELAJARAN PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN DI SEKOLAH DASAR Azwar Ananda, Junaidi Indrawadi.....	215
13. MODEL PERLINDUNGAN DESA/NAGARI ADAT DI INDONESIA (Kajian Dari Aspek Hukum dan Hak Asasi Manusia) Akmal	232

ANGGOTA LEGISLATIF PEREMPUAN KOTA PADANG DAN KAMPANYE PEMILU LEGISLATIF 2014

Nurman S., Al Rafni, dan Suryanef
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang

ABSTRACT

Female legislator candidates face various problems to compete in political campaign, particularly regarding the limitation of political, social, and economic resources. Political resource refers to the support from political parties and groups. Social resource refers to the social relations between the candidates and their constituents. Economic resource includes financial and material availabilities to achieve political goals. This articles aims to elaborate the three resources and its significance in the success of female legislator candidates in the 2014 electoral campaign.

Key words: *female legislators, electoral campaign*

PENDAHULUAN

Modal politik yang dimiliki oleh perempuan jelas memiliki perbedaan dengan laki-laki ketika perempuan saat ini masih termarginal di dalam partai. Hasil penelitian Al Rafni (2012-2013) menunjukkan dari segi pengkaderan, kader perempuan belum dipercaya menduduki posisi-posisi penting dalam partai. Posisi yang dijumpai hanyalah pada sub bidang pemberdayaan perempuan dalam partai. Belum lagi sistem pembinaan yang netral gender dan tidak dipersiapkannya pendidikan politik yang khusus bagi perempuan demi mengejar ketertinggalannya dalam bidang politik mengakibatkan perempuan memiliki latar belakang modal politik yang berbeda dengan caleg laki-laki. Hal ini ditambah lagi dengan rekrutmen caleg perempuan yang “tidak dipersiapkan” dan terkesan “asal comot” membuat caleg

perempuan terkesan belum memiliki persiapan yang matang dalam kampanye.

Modal sosial yang dimiliki caleg perempuan juga menjadi persoalan tersendiri ketika perempuan tidak membangun relasi yang baik dengan konstituennya di daerah pemilihan. Investasi politik berupa modal sosial ini sering menjadi kendala bagi caleg perempuan karena selama ini perempuan memiliki waktu yang sedikit untuk turun ke daerah pemilihan dan membangun jaringan dengan konstituen. Padahal arti penting pengenalan daerah pemilihan dapat mengetahui siapa-siapa orang-orang atau kelompok-kelompok yang mau memberi suara untuk caleg, dan kenapa orang-orang atau kelompok-kelompok itu mau dan harus memberikan suara untuk caleg, apa tema, atau pesan kampanye yang cocok disampaikan pada masing-masing target kelompok dan bagaimana waktu yang tepat untuk melaksanakan strategi kampanye (Koalisi Perempuan Indonesia dan Kemitraan, 2009).

Modal ekonomi atau keuangan (pendanaan) mempunyai kontribusi yang signifikan bagi keberhasilan pencalegan. Sumber pendanaan digunakan untuk menemui konstituen, pembuatan atribut, aktivitas politik untuk kegiatan pemenangan dan pengawasan pemilu. Biasanya sumber utama pendanaan dari caleg dan dibantu oleh konstituen dan adakalanya bantuan partai. Modal ekonomi dijadikan persoalan serius dalam kampanye dan semuanya tergantung pada si caleg yang bersangkutan.

Ketiga modal tersebut dikembangkan oleh caleg perempuan untuk berjuang meraih kemenangannya dalam pemilu legislatif 2014. Oleh sebab itu menarik untuk meneliti tentang bagaimana caleg perempuan di DPRD Kota Padang dalam mengembangkan modal politik, sosial, dan ekonomi dalam kampanye pemilu legislatif 2014 sehingga ia dapat terpilih.

Berdasarkan paparan yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, maka masalah penelitian ini adalah: Bagaimanakah caleg perempuan mengembangkan modal politik, sosial, dan ekonomi dalam kampanye pemilu legislatif 2014 sehingga mereka terpilih menjadi anggota DPRD Kota Padang?

Untuk mengelaborasi permasalahan ini, maka perlu dipahami bahwa kampanye merupakan salah satu tahapan penting dalam pemilu. Tahapan ini merupakan ajang berpengaruh bagi partai politik ataupun perseorangan dalam meraih dukungan konstituennya. Melalui kampanye para pemilih akan lebih mengenal visi dan misi suatu partai politik. Di samping itu, kampanye juga merupakan ajang komunikasi timbal balik antara peserta pemilu dengan massa pendukungnya. Oleh sebab itu, iven kampanye merupakan iven yang besar pengaruhnya dalam keberhasilan keseluruhan pentahapan dalam penyelenggaraan pemilu terutama dalam merebut simpati massa pemilih (konstituen).

Kampanye pemilu merupakan kegiatan partai politik peserta pemilu yang bertujuan untuk memperoleh sebanyak-banyaknya suara dalam pemilu. Secara formal partai politik peserta pemilu mempunyai kedudukan, hak dan kewajiban yang sama di seluruh Indonesia. Partai politik mempunyai kedudukan, kebebasan, kesempatan, perlakuan dan pelayanan yang sama dalam melakukan kampanye pemilu. Disamping itu mempunyai kewajiban yang sama pula untuk mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kampanye pemilu menurut Santoso Sastropoetra (1991) pada dasarnya adalah “penyebaran pesan dan mempunyai keinginan untuk membentuk dan mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku dari sesama manusia yang menjadi objeknya”. Disamping itu kampanye pemilu adalah bentuk komunikasi politik yang “halal” diselenggarakan oleh setiap partai politik.

Mengacu kepada pengalaman kampanye selama ini, terdapat dua jenis kampanye, yaitu kampanye lisan dan kampanye tertulis. Pada kampanye lisan, terdapat program yang dijanjikan partai dalam bentuk komunikasi perorangan, Sasaran utamanya adalah anggota keluarga, tetangga, dan orang-orang yang berasal dari daerah atau marga yang sama. Selain kampanye komunikasi perseorangan, kampanye secara formal juga dikenal dengan komunikasi kelompok dan pameran kekuatan. Bentuk ini diwujudkan pada rapat umum, keramaian umum, pertemuan umum dan pawai. Slogan isu yang menjadi tema

program partai dalam kampanye dipublikasikan. Secara lisan program disampaikan oleh juru kampanye dan secara tertulis (simbolik) terdapat pada spanduk, baliho, plakat, poster dan lain-lain, baik berupa gambar maupun simbol peragaan.

Pada dasarnya ada tiga kriteria yang dapat dijadikan indikator dalam mencermati untuk menilai demokratis-tidaknya suatu kampanye. *Pertama*, regulasi yang mengatur pelaksanaan kampanye pemilu. *Kedua*, pelaksanaan kampanye itu sendiri. *Ketiga*, kontrak politik secara berkelanjutan untuk membangun akuntabilitas, responsifitas dan *trust* partai politik.

Regulasi yang mengatur pelaksanaan kampanye harus bisa menjamin keadilan dan kepastian hukum bagi setiap kontestan pemilu. Oleh sebab itu antisipasi sejak jauh hari sebelum pelaksanaan pemilu mutlak diperlukan. Aspek yang terpenting setelah regulasi dihasilkan adalah upaya sosialisasi kepada setiap komponen yang terlibat dalam pemilu, mulai dari penyelenggara pemilu, pengawas pemilu, pemantau pemilu, peserta pemilu sampai kepada masyarakat pemilih.

Di dalam regulasi tersebut hendaknya disebutkan kegiatan-kegiatan partai yang diizinkan seperti penerbitan, perekrutan, dan pelatihan juru kampanye, fungsionaris partai dan calon, pengumpulan dana, mengadakan rapat dan arak-arakan, penyebarluasan bahan bacaan, penggunaan media massa. Disamping itu juga harus dimuat hal-hal yang mengatur tentang kegiatan-kegiatan tertentu, seperti terlibat dalam usaha komersial untuk mendapatkan laba guna membiayai kegiatan partai, larangan menggunakan kekerasan dan intimidasi, jual beli suara, serangan langsung terhadap pribadi lawan politik atau bentuk lain kampanye negatif (Merloe, 1999). Kepatuhan setiap kontestan pemilu dalam menerapkan regulasi ini berimplikasi langsung terhadap demokratis atau tidaknya proses pemilu.

Sementara itu dari segi pelaksanaan kampanye pemilu menurut Merloe (1999) terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan demi terwujudnya kampanye pemilu yang demokratis. *Pertama*, pembentukan lapangan bermain yang rata, yang harus direncanakan sebelum masa kampanye. Pemilu yang bebas dan adil menuntut suatu "lapangan bermain yang rata"

bagi para kontestan politik. Artinya para calon harus mendapat peluang yang sama dalam setiap proses kampanye, mulai dari pendaftaran partai politik, penentuan batas daerah pemilihan sampai dengan kualifikasi calon atau partai untuk ikut pemilu. *Kedua*, kampanye harus menjamin rasa keadilan karena keadilan dalam kampanye sering menentukan apakah pemilu bebas dan adil. Sebagai contoh tentang dana kampanye, akses ke dan peliputan media serta ketersediaan sumberdaya materi. *Ketiga*, aspek yang harus menjadi perhatian adalah kode etik partai, komisi penghubung partai dan bagaimana mengatasi sengketa. Kode etik partai bisa menjamin suatu pemilu yang adil dengan mengaitkan pada hal-hal sebagai berikut: (1) tidak mencampuri kegiatan kampanye partai lain; (2) menerapkan disiplin partai untuk mencegah kekerasan dan intimidasi; (3) menghormati hak pemilih dan kontestan lain; (4) menahan diri dari kampanye negatif dan hal-hal serupa lainnya. Sebagai ilustrasi dapat dilihat dalam kaitannya dengan tema kampanye.

Selanjutnya indikator ketiga adalah kontrak politik secara berkelanjutan untuk membangun akuntabilitas, responsifitas, dan *trust* partai politik. Kampanye selayaknya tidak sekadar menjadi arena obral janji politisi tetapi harus menjadi langkah awal terbangunnya kontrak politik jangka panjang antara partai dengan konstituen. Kontrak yang ada sekaligus dimaksudkan untuk membangkitkan kekuatan rakyat untuk melakukan kontrol secara aktif dalam pemilu. Kontrol oleh rakyat berarti hak pengawasan dan penilaian jalannya pemilu tidak oleh partai atau penguasa tetapi oleh partisipasi rakyat secara langsung. Dengan kata lain kontrol memiliki makna bahwa rakyat merupakan kekuatan objektif dimana konstruksi pemilu itu dianggap *legitimate* atau tidak diukur dari partisipasi dan sikap kritis yang muncul dari rakyat. Penguatan kontrol juga penting untuk meminta pertanggung-jawaban partai politik dalam bentuk apapun setelah pemilu khususnya menuntut apa yang menjadi program partai sebagaimana yang disampaikan pada waktu kampanye. Artinya jikalau partai politik tidak menjalankan amanat kontrak politik saat pemilu, maka rakyat berhak pula melakukan tuntutan hukum.

Banyak persoalan yang menjadi tantangan caleg perempuan berkompetisi dalam melaksanakan kampanye pemilu terutama terkait dengan keterbatasan modal politik, modal sosial, dan modal ekonomi (Santi Rosita Devi, 2014). Modal politik di sini mengacu pada adanya dukungan politik dari partai pengusung maupun kekuatan-kekuatan politik yang dipandang sebagai representasi. Modal politik caleg perempuan akan sangat ditentukan oleh dukungan partai, kedudukannya dalam partai sampai masalah bagaimana partai melakukan proses rekrutmen politik sehingga si perempuan dapat diajukan menjadi caleg. *Political will* partai akan sangat menentukan berapa besar caleg perempuan tersebut memiliki modal politik.

Selanjutnya modal sosial yang akan dipergunakan bagi caleg perempuan dalam kampanye adalah segala sesuatu yang terkait dengan relasi sosial antara caleg dengan konstituen di daerah pemilihannya. Adanya kedekatan psikologis antara caleg perempuan dengan konstituennya, terlebih apabila ia caleg petahana, maka modal sosial dapat dijadikan faktor penentu kemenangan kampanye dalam suatu pemilu. Daerah pemilihan adalah wilayah dimana seorang caleg mendaftarkan diri untuk mengikuti pemilu dan mendapatkan kursi di wilayah tersebut. Pemilih hanya dapat memilih calon yang mencalonkan diri di daerah yang bersangkutan.

Pada dasarnya terdapat dua strategi untuk mengelola hubungan dengan konstituen (Forum Politisi, 2006). *Pertama*, komunikasi langsung dengan pemilih. Komunikasi langsung pada umumnya dilaksanakan melalui media massa dan alat-alat *political marketing* seperti *direct mailing*, kampanye e-mail atau membangun *website internet*. Lebih jauh politisi berupaya untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahamannya mengenai keinginan dan preferensi kelompok-kelompok pemilih umpamanya melalui riset, *focus group discussion (FGD)*. *Kedua*, membangun hubungan dengan pemilih melalui organisasi lain yang berfungsi sebagai mediator. Dibanding dengan komunikasi langsung, hubungan melalui organisasi memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai masalah yang dihadapi masyarakat dan keinginannya karena telah teridentifikasi di dalam organisasi

sendiri. Setelah kesepakatan antara partai atau kandidat dan organisasi lain tercapai, organisasi tersebut akan memobilisasi anggotanya untuk memilih partai atau kandidat berdasarkan janji-janjinya. Dengan demikian lingkungan organisasi distabilisasi karena partai politik atau kandidat dapat mengandalkan dukungan organisasi tersebut.

Selanjutnya masalah modal ekonomi. Secara jelas modal ekonomi mengacu kepada dana yang dimiliki dan/atau dikeluarkan oleh seorang caleg untuk biaya kampanye. Persoalan dana kampanye bagi caleg perempuan, merupakan persoalan yang rumit dibandingkan bagi caleg laki-laki. Caleg perempuan secara psikologis tidak berani habis-habisan dalam kampanye karena dana yang disandang umumnya bukan hanya milik sendiri melainkan milik suami ataupun keluarga besar. Oleh sebab itu bila caleg perempuan gagal maka biasanya mereka tidak berani mencalonkan diri kembali akibat "trauma" karena kehilangan banyak uang pasca pencalonannya.

Persoalan dana dari caleg perempuan dalam kampanye tidak hanya pada darimana dana itu berasal (sumber dana) tapi juga bagaimana ia mengelola dana tersebut sekaligus melaporkan dana yang ia gunakan untuk transparansi dan akuntabilitas. Khusus mengenai pelaporan dana kampanye Peraturan KPU No.17 tahun 2013 telah ditegaskan mengenai pentingnya pelaporan dana kampanye. Dengan berubahnya sistem pemilu berdasarkan nomor urut, maka kontestasi politik Indonesia "semakin liar" (Santi Rosita Devi, 2014). Caleg tidak hanya bersaing di ranah antar partai melainkan juga intra partai. Dengan adanya peraturan ini caleg dengan dana terbatas diharapkan "tidak kalah" dengan para caleg kaya.

Selain mengembangkan modal politik, modal sosial, dan modal ekonomi dalam melakukan kampanye dan memenangkan pemilu, maka caleg perempuan harus memperhatikan berbagai strategi politik (Firmanzah, 2008), di antaranya:

1) Strategi penguatan.

Strategi ini dibutuhkan kontestan pemilu untuk menjalin hubungan dengan konstituen mereka. Hubungan yang diharapkan terjalin bukan hanya rasional tetapi juga

emosional. Hal yang perlu ditekankan adalah mengingatkan pesan, nilai, dan norma yang akan diperjuangkan oleh kontestan pemilu.

2) Strategi menanamkan keyakinan.

Strategi ini lebih sesuai untuk diterapkan pada jenis pemilih yang nonpartisan. Dalam hal ini, strategi komunikasi dan penyediaan informasi juga perlu dilakukan untuk meyakinkan para pemilih nonpartisan.

3) Strategi pengenalan dan merebut.

Strategi ini dilakukan suatu partai terhadap jenis pemilih pendukung partai lain.

Selanjutnya strategi politik menurut Peter Schroder (2013) dapat dikelompokkan kepada dua macam, yaitu strategi ofensif (menyerang) dan strategi defensif (bertahan). Strategi ofensif adalah strategi "memperluas pasar" dan strategi "menembus pasar." Pada dasarnya, semua strategi ofensif yang diterapkan pada saat kampanye pemilu harus menampilkan perbedaan yang jelas dan tegas sehingga dapat menarik perhatian pemilih. Hal ini dilakukan agar para pemilih yang selama ini memilih partai pesaing bisa berpindah karena mereka menganggap ada penawaran yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis dengan menggunakan metode kualitatif. Adapun informan penelitian diambil secara *purposive random sampling* (Patton, 1990) dengan menggunakan *criterion based selection*, artinya peneliti menetapkan informan penelitian berdasarkan kebutuhan, terutama dalam menentukan siapa yang akan menjadi informan dan berapa jumlahnya. Sehubungan dengan hal ini, maka informan penelitian terdiri dari unsur-unsur berikut: (1) para perempuan anggota DPRD Kota Padang; (2) pengurus DPC/DPD partai politik yang berhasil menempatkan kader perempuannya dalam keanggotaan legislatif; dan (3) Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang.

Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara dalam hal ini adalah *indepth interview* dan studi dokumentasi. Sementara itu alat yang digunakan dalam pengumpulan data adalah pedoman wawancara dan lembar catatan. Sedangkan untuk menguji kredibilitas digunakan teknik triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembandingan data tersebut. Sejalan dengan pandangan Patton (1990), maka triangulasi yang digunakan adalah pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan menggunakan metode yang sama.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Modal politik mengacu pada adanya dukungan politik dari partai pengusung maupun dari kekuatan-kekuatan politik yang dipandang sebagai representasi. Modal politik caleg perempuan akan sangat ditentukan oleh dukungan partai, kedudukannya dalam partai sampai masalah bagaimana partai melakukan proses rekrutmen politik sehingga si perempuan dapat diajukan menjadi caleg.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa caleg yang berhasil duduk di DPRD Kota Padang didukung penuh oleh partai politik. Dari 7 (tujuh) anggota legislatif perempuan, hanya Yuhilda Darwis dari Daerah Pemilihan (Dapil) yang bukan pengurus inti partai. Dengan kata lain keenam anggota legislatif yang lainnya punya ikatan emosional yang erat dengan partai. Misalnya Gustin Pramona adalah caleg petahana, Mailinda Rose merupakan salah seorang pendiri ormas dari Partai Nasdem. Demikian juga dengan Dian Anggraini. Selain pendiri Partai Nasdem untuk Kota Padang, kedua caleg partai ini juga merupakan pengurus inti di DPD Partai Nasdem. Sedangkan Elly Trisyanti dan Dewi Susanti aktif di partai dan dapat dorongan dari suami yang sudah lama terjun di dunia politik. Kemudian Nila Kartika juga sudah lama berkecimpung di partai politik dan memiliki suami yang juga mantan anggota dewan. Dengan demikian dapat dikatakan dari segi modal politik sebahagian besar caleg perempuan yang berhasil duduk di DPRD Kota

Padang adalah caleg-caleg yang memiliki modal politik dan dapat dikembangkan sebagai basis politik untuk meraup suara.

Kemudian jika ditelaah lebih lanjut ternyata dukungan politik dari keluarga dan dukungan dari partai demikian besar. Dari wawancara dengan Nila Kartika terungkap bahwa dukungan keluarga memiliki pengaruh besar dalam karir politik seorang perempuan, seperti dukungan dari suami, anak-anak, dan keluarga besar. Sementara dukungan partai juga sangat besar. Pada waktu percalegan, Nila tidak membayar sepeser pun kepada partai. Malah menurutnya PPP memberikan dana bantuan kampanye dalam bentuk pemberian bendera partai, atribut kampanye dan sebagainya.

Kemudian dari Partai Gerindra, terdapat dua calon anggota legislatif perempuan yang berhasil lolos dalam pemilu 2014 yaitu Elly Trisyanti dan Dewi Susanti. Modal politik Elly dan Dewi dimulai dengan keaktifan mereka menjadi pengurus partai dan dukungan dari suami. Dukungan partai jelas dan pencalegan. Proses rekrutmen untuk caleg perempuan punya ketentuan harus 30% keterwakilan perempuan ketika pengajuan caleg oleh partai politik.

Sementara itu dari Partai Nasdem terdapat dua orang caleg perempuan yang berhasil menduduki kursi anggota legislatif hasil pemilu 2014, yaitu Mailinda Rose dan Dian Anggraini. Modal politik dari kedua anggota legislatif ini pada pemilu 2014 adalah cukup besar. Keduanya merupakan kader dan pengurus partai dan keduanya didukung oleh partai, dengan memberikan bantuan dalam bentuk bahan jadi dan bukan merupakan uang. Partai juga memberikan bantuan uang saksi pada tiap TPS ketika hari H pemungutan suara.

Partai berikutnya yang berhasil merekrut caleg perempuannya untuk duduk di lembaga legislatif adalah Partai Demokrat. Partai ini berhasil kembali mendudukkan petahana di kursi legislatif yaitu Gustin Pramona, yang populer dengan panggilan Mona. Sebagai orang lama modal politik yang dimiliki oleh Mona tentu berbeda dengan anggota legislatif yang baru seperti adanya dukungan penuh dari partai politik, dari konstituen di dapil atau dari tokoh-tokoh formal dan informal.

Dari partai tentu menyediakan modal politik seperti melakukan promosi dan sosialisasi caleg.

Dari pemaparan sebelumnya dapat dipahami bahwa para caleg perempuan yang berhasil menduduki kursi di lembaga legislatif Kota Padang telah memberdayakan modal politik yang dimilikinya baik yang berasal dari diri sendiri, suami, lingkungan keluarga besar, masyarakat di dapil, partai politik pengusung calon dan organisasi-organisasi tertentu serta tokoh-tokoh formal dan informal dalam masyarakat.

Selanjutnya terkait dengan modal ekonomi. Modal ekonomi mengacu kepada dana yang dimiliki dan atau dikeluarkan seorang caleg untuk biaya kampanye. Persoalan dana kampanye bagi caleg perempuan merupakan persoalan yang rumit dibandingkan caleg laki-laki. Caleg perempuan secara psikologis tidak berani habis-habisan dalam kampanye karena dana yang disandang umumnya bukan hanya milik sendiri, melainkan milik suami dan keluarga besar. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dari ketujuh anggota legislatif perempuan yang berhasil duduk di lembaga legislatif rata-rata mengeluarkan uang yang relatif besar untuk membiayai kampanye mereka. Malah caleg tertentu merasa berkeberatan menyebutkan kisaran dana yang telah mereka habiskan untuk kampanye.

Persoalan pendanaan yang dikeluarkan caleg perempuan dalam kampanye tidak hanya darimana dana itu berasal (sumber dana) tetapi juga bagaimana ia mengelola dana tersebut. Disisi lain partai juga telah berpartisipasi mendukung pendanaan caleg untuk kampanye.

Disamping modal politik dan modal ekonomi sebagaimana telah diungkapkan sebelumnya, maka modal sosial juga menjadi persoalan krusial yang harus menjadi perhatian di kalangan caleg, baik caleg laki-laki mau pun perempuan. Modal sosial yang akan digunakan caleg perempuan dalam kampanye adalah segala sesuatu yang terkait dengan relasi sosial antara caleg dengan konstituen di daerah pemilihannya. Adanya kedekatan psikologis antara caleg perempuan dengan konstituennya, terlebih apabila ia caleg petahana, maka modal sosial dapat

dijadikan faktor penentu pemenangan kampanye dalam suatu pemilu. Daerah pemilihan adalah wilayah dimana seorang caleg mendaftarkan diri untuk mengikuti pemilu dan mendapatkan kursi di wilayah tersebut.

Temuan penelitian menunjukkan dari ketujuh anggota legislatif perempuan yang berhasil duduk di lembaga legislatif hasil pemilu 2014, rata-rata memiliki modal sosial yang cukup bagus di dapilnya masing-masing. Caleg petahana memiliki ikatan emosional yang cukup bagus dengan konstituen pada dapilnya karena setelah mereka terpilih selalu berinteraksi dengan masyarakat pada daerah tersebut. Persoalan-persoalan yang ada di dapil mereka bantu dengan bantuan secukupnya. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa caleg telah menggunakan modal sosial dengan cukup baik sehingga pemilih-pemilih yang sudah cerdas tetap menjatuhkan pilihannya kepada caleg yang selalu menjaga modal sosial dengan baik.

Kampanye pada dasarnya mempunyai dua fungsi dalam kehidupan demokrasi dan politik di Indonesia. Fungsi tersebut mencakup pemberian kesempatan pada kontestan pemilu memperoleh suara sebanyak-banyaknya dalam pemilu dan sebagai salah satu media kegiatan yang bermuatan pendidikan politik. Dengan demikian kampanye merupakan unsur mendasar bagi kompetitor pemilu menarik simpati rakyat agar menjatuhkan pilihannya pada kandidat tertentu untuk duduk di lembaga perwakilan.

Salah satu faktor yang menjadi penyebab sering gagalnya perempuan untuk duduk di lembaga perwakilan adalah sistem pemilihan yang tidak ramah terhadap hadirnya keterwakilan perempuan (Sali Susiana, 2014). Ketika pemilu menggunakan sistem proporsional terbuka didasarkan atas urutan suara terbanyak, maka calon perempuan membutuhkan energi ekstra untuk kampanye dan memenangkan pemilu. Energi ekstra berhadapan dengan pesaing calon legislatif laki-laki atau malah bersaing dengan sesama perempuan di daerah pemilihan tertentu. Ketika pemilu menggunakan sistem proporsional terbuka dengan suara terbanyak dalam penetapan

kemenangannya maka salah satu perjuangan calon legislatif perempuan yang menentukan kemenangannya adalah bagaimana ia melaksanakan kampanye berikut mengelola modal politik, modal sosial dan modal ekonomi yang dimilikinya.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa ketujuh anggota legislatif perempuan yang lolos dalam pemilu legislatif 2014 dan duduk di DPRD Kota Padang telah mengembangkan ketiga modal tersebut ketika “bertarung” berhadapan dengan pesaing mereka di daerah pilihan masing-masing baik itu laki-laki maupun perempuan itu sendiri. Modal politik yang dikembangkan oleh ketujuh caleg perempuan ketika mereka mempersiapkan diri untuk kampanye adalah dukungan partai politik yang mengusungnya, dan dukungan masyarakat dan tokoh-tokoh politik formal ataupun informal di daerah pilihannya dan dukungan sesama anggota dan pengurus partai pengusung. Dukungan suami dan keluarga besar calon adalah hal prinsipil yang harus dimiliki oleh caleg perempuanta tanpa dukungan dari keluarga terutama suami caleg perempuan belum bias secara optimal berkarir dibidang politik.

Disamping itu temuan penelitian menunjukkan dari tujuh anggota legislatif yang berhasil lolos dalam pemilu 2014 adalah caleg-caleg dengan suami yang telah lebih dulu berkecimpung dalam kehidupan politik. Pola panutan yang ada di dekat mereka menjadi faktor pendukung bagi perempuan untuk berjuang merebut suara dalam kampanye.

Faktor lain yaitu dukungan partai. Dukungan partai dalam kampanye sebenarnya dimulai dari eksistensi caleg perempuan dalam kepengurusan partai. Apabila caleg berasal dari pengurus atau kader partai maka di lapangan partai selalu memberikan akses utama untuk mempromosikan calon. Kader perempuan yang menduduki posisi-posisi strategis dalam partai umumnya mendapatkan dukungan politik penuh dari partai dan mendapat bantuan materil walaupun tidak banyak (terbatas) dari partai pengusung. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah dukungan partai pada proses rekrutmen calon. *Political will* partai akan sangat menentukan berapa besar caleg perempuan tersebut memiliki modal politik. Rekrutmen politik merupakan salah satu

pelaksanaan fungsi partai politik. Czudnowski (1975) mendefinisikan rekrutmen politik sebagai *the processes through which individuals are inducted into active political roles*. Proses melalui mana individu-individu atau kelompok individu dimasukkan ke dalam peranan politik aktif sebagaimana pendapat Czudnowski tersebut harus dilakukan secara demokratis dengan memperhatikan asas-asas kesetaraan, keadilan, transparan dan berlangsung dalam tatanan politik (*political order*) yang jelas. Model rekrutmen legislatif yang demokratis setidaknya menurut Sutoro Eko (2003) harus mengandung prinsip-prinsip dasar sebagai berikut: (1) partai politik harus mempromosikan kandidat yang berkualitas, yakni yang memiliki kapasitas, integritas, legitimasi dan populer (dikenal) di mata masyarakat; (2) proses rekrutmen harus berlangsung secara terbuka. Masyarakat harus memperoleh informasi yang memadai dan terbuka tentang siapa kandidat parlemen dari partai politik, *track record* masing-masing kandidat dan proses seleksi hingga penentuan daftar calon; (3) proses rekrutmen harus bersandar pada partisipasi elemen-elemen masyarakat sipil; (4) partai politik mau tidak mau harus mengembangkan basis atau jaringan dengan komunitas atau organisasi masyarakat sipil; dan (5) penerapan rekrutmen politik dengan model demokratis membutuhkan dukungan pendidikan politik yang memadai kepada rakyat.

Selanjutnya khusus untuk keterwakilan perempuan di parlemen, Norris (2004) memaparkan bahwa ada dua cara rekrutmen politik yang dilakukan, yaitu: *Pertama*, pilihan rasional dari lembaga yaitu partai politik (*rational choice institutionalism*). Pilihan rasional dari kelembagaan ini dilakukan dengan cara penentuan kandidat yang akan duduk di parlemen berdasarkan kemampuan masing-masing calon. Hal ini dijalankan dengan melakukan seleksi di tingkat partai politik berdasarkan loyalitas individu calon terhadap partai dan memiliki kemampuan serta profesional di bidangnya masing-masing seperti pengacara, jurnalis, guru dan lain sebagainya. Menurut cara ini pula dipaparkan bahwa kesempatan bagi keterwakilan dipengaruhi

oleh sistem hukum pemilu atau dengan penggunaan kuota gender dan penentuan kursi di parlemen bagi perempuan.

Kedua, modal sosial yang digunakan oleh caleg perempuan dalam kampanye adalah segala sesuatu yang terkait dengan relasi sosial antara caleg dengan konstituen di daerah pemilihannya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ketujuh caleg telah berhasil membangun relasi dengan konstituen di daerah pemilihan seperti halnya Mailinda Rose di Dapil I Koto Tangah, Gustin Pramona di Dapil II Kuranji, dan Ally Trisyanti di Dapil III Lubuk Begalung, Lubuk Kilangan, dan Bungus Teluk Kabung. Begitupun dengan Dewi Susanti dan Nila Kartika pada dapil yang sama yaitu Dapil III. Sementara Yuhilda Darwis yang juga berasal dari Dapil I Koto Tangah. Walaupun ketujuh caleg menduduki beberapa dapil yang sama namun mereka memiliki strategi untuk fokus pada lokasi-lokasi tertentu di dapilnya dalam menjalin hubungan dengan konstituen. Hubungan dengan konstituen sangat ditentukan seberapa besar caleg menjaga hubungan baik dan dipercaya oleh masyarakat pada dapilnya. Sebagaimana dikemukakan oleh Ruslan Ismail Mage (2013) bahwa pasar demokrasi sekarang sudah mengadopsi teori periklanan, “bahwa hanya sekali mampu membohongi konsumen, tidak untuk kedua kalinya.” Maksudnya sebagai apapun kemasan materi kampanye para kandidat pemimpin atau partai politik, kalau sudah ketahuan isinya rusak, busuk, dan pintar membohongi rakyat, tidak akan dipilih lagi. Pasar demokrasi sudah jenuh dengan janji-janji politik, ia butuh ide-ide segar yang progresif, inovatif, dan akomodatif terhadap segala kebutuhan rakyat. Hal ini terbukti dari beberapa hasil pilkada yang memenangkan tokoh-tokoh muda berpikiran progresif. Artinya pasar demokrasi sekarang sudah mulai meninggalkan tokoh lama yang tidak inovatif.

Dengan demikian setiap caleg harus menjalankan proses investasi politik di dapil guna merebut dukungan dari konstituen. Investasi politik adalah suatu proses panjang yang dilakukan untuk mencari dan menyebarkan pengaruh di tengah masyarakat dalam rangka mendapatkan dukungan politik dari publik.

Pada dasarnya terdapat dua strategi untuk mengelola hubungan dengan konstituen (Forum Politisi, 2006). *Pertama*, komunikasi langsung dengan pemilih. Komunikasi langsung pada umumnya dilaksanakan melalui media massa dan alat-alat *political marketing* seperti *direct mailing*, kampanye e-mail atau membangun *website internet*. Lebih jauh politisi berupaya untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahamannya mengenai keinginan dan preferensi kelompok-kelompok pemilih umpamanya melalui riset, *focus group discussion (FGD)*. *Kedua*, membangun hubungan dengan pemilih melalui organisasi lain yang berfungsi sebagai mediator. Dibanding dengan komunikasi langsung, hubungan melalui organisasi memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai masalah yang dihadapi masyarakat dan keinginannya karena telah teridentifikasi di dalam organisasi sendiri. Setelah kesepakatan antara partai atau kandidat dan organisasi lain tercapai, organisasi tersebut akan memobilisasi anggotanya untuk memilih partai atau kandidat berdasarkan janji-janjinya. Dengan demikian lingkungan organisasi distabilisasi karena partai politik atau kandidat dapat mengandalkan dukungan organisasi tersebut.

Persoalan selanjutnya adalah masalah modal ekonomi yang dimiliki caleg. Secara jelas modal ekonomi mengacu kepada dana yang dimiliki dan/atau dikeluarkan oleh seorang caleg untuk biaya kampanye. Dana yang digunakan pada hakekatnya disesuaikan dengan program-program yang dijalankan kandidat. Dalam konsep ini menurut Firmanzah (2012) yang harus dipahami adalah: (1) menjadikan pemilih sebagai subjek bukan objek dari partai politik atau kandidat; (2) menjadikan permasalahan yang dihadapi pemilih sebagai langkah awal untuk menyusun program kerja yang ditawarkan dalam bingkai ideologi masing-masing partai; (3) marketing politik tidak menjamin kemenangan tetapi menyediakan *tool* untuk menjaga hubungan dengan pemilih.

Upaya caleg dalam menggunakan dana untuk strategi dalam kampanye juga dipengaruhi oleh bagaimana caleg tersebut mengemas informasi dan jumlah informasi (kualitas dan kuantitas) dalam berkampanye di dapilnya masing-masing.

Efektivitas penyebaran informasi dari caleg turut mempengaruhi keberhasilannya dalam pemilu. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendi (1981), di dalam kegiatan kampanye pemilu tidak mungkin semua informasi diterima oleh masyarakat. Masyarakat sebagai unsur penerima komunikasi bersifat selektif, berhati-hati dalam menerima informasi.

Persoalan memberdayakan modal ekonomi, modal politik dan modal sosial merupakan hal krusial bagi perempuan untuk meraih suara dalam kampanye pemilu. Ketiga modal dasar tersebut tidak hanya mendadak muncul namun perlu investasi politik jangka panjang. Investasi ketiga modal tersebut merupakan salah satu strategi untuk mendudukkan perempuan dalam jabatan-jabatan politik, baik di eksekutif maupun di legislatif. Setidaknya menurut Lister, Ruth (1999) sebagaimana dikutip Ruslan Ismail Mage (2013) setidaknya ada enam alasan mendasar mengapa perempuan perlu terlibat politik : (1) perempuan mempunyai kebutuhan politik yang kebutuhan itu bisa terpenuhi kalau perempuan terwakili dalam proses-proses pembuatan keputusan atau kebijakan ; (2) masyarakat akan merasakan dari adanya atribut-atribut atau sifat-sifat perempuan yang dibawanya dalam iklim politik formal, misalnya perempuan bisa menampilkan citra halus dan luwes ; (3) keterwakilan perempuan yang sangat kecil adalah salah satu bentuk pengingkaran terhadap nilai-nilai ideal demokrasi. Minimnya representasi perempuan, itu bisa diartikan bahwa ada entitas "demos" yang tidak terwakili; (4) hak-hak politik perempuan adalah bagian integral yang tak dapat dipisahkan dari hak-hak asasi manusia, dan sebaliknya hak-hak asasi manusia merupakan aspek fundamental dari berbagai kerangka kerja demokratik; (5) berkaitan dengan soal jender dan demokrasi, bahwa dalam suatu demokrasi, pandangan dari kelompok-kelompok yang berbeda harus dipertimbangkan dalam memformulasikan berbagai keputusan atau yang mengarah ke berbagai strategi; dan (6) pada kenyataannya perempuan adalah separuh dari penduduk dunia, dan bisa dikatakan pula sebagai separuh dari masing-masing penduduk nasional sebuah bangsa/negara tertentu.

PENUTUP

Mengacu kepada pengungkapan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Perempuan anggota legislatif yang berhasil menduduki kursi legislatif di DPRD Kota Padang telah mengembangkan modal politik, modal ekonomi, dan modal sosial dalam kampanye pemilu 2014. Ketiga modal dasar ini telah mereka investasikan dalam jangka panjang demi meraup suara terbanyak.
2. Modal politik yang paling berpengaruh adalah seberapa besar dukungan partai baik dalam proses rekrutmen maupun dalam proses kampanye itu sendiri. Sementara modal sosial yang paling berpengaruh adalah pola *marketing* politik yang didesain kandidat untuk terus menjaga relasi dengan konstituen di daerah pemilihan. Sedangkan modal ekonomi sangat tergantung kepada kepiawaian caleg mendekati konstituen untuk merealisasikan program-programnya baik sebelum atau pun sesudah terpilih. Efektifitas penggunaan dana juga sangat tergantung daya juang caleg di daerah pemilihannya.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka dapat dikonstruksikan beberapa saran berikut :

- 1) Partai politik hendaknya menciptakan mekanisme yang dapat mendorong keterwakilan perempuan di lembaga legislatif melalui pemberdayaan modal politik dan modalekonomi yang dimiliki partai.
- 2) Caleg perempuan yang akan maju dalam pemilihan hendaknya mulai melakukan investasi jangka panjang, baik itu menyangkut modal politik, modal ekonomi, maupun modal sosial.

REFERENSI

Al Rafni, dkk, (2013). *Pengembangan Model Pembinaan Perempuan Kader Partai Oleh Partai Politik Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Keterwakilan Perempuan di Lembaga Legislatif*

Daerah. Laporan Penelitian Hibah Bersaing - Lembaga Penelitian Universitas Negeri Padang.

- Czudnowski, Moshe. (1975). *"Political Recruitment" dalam Fred I. Greenstein & Nelson Polsby, Micro Political Theory : Handbook of Political Science, Vol.2.*
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas (Edisi Revisi).* Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Forum Politisi (2006). *Konsolidasi Demokrasi : Kompilasi Hasil Workshop, Pertemuan kerja Rutin dan Pertemuan Nasional Forum Politisi.* Jakarta : Tim Sekretariat Forum Politisi.
- Koalisi Perempuan Indonesia dan Kemitraan. (2009). *Perempuan Maju, Perempuan Menang : Panduan Praktis Strategi Pemenangan Pemilu.* Jakarta : KPI dan Kemitraan.
- Merloe, Patrick. (1999). *Unsur-unsur Pemilihan Demokratis.* Jakarta: Dinas Penerangan Amerika Serikat (USIS).
- Norris, Pipa. (2004). *Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior.* New York : Cambridge University Press.
- Onong Uchyana Effendi. (1981). *Komunikasi dan Modernisasi.* Bandung : Alumni.
- Ruslan Ismail Mage. (2012). *Berpolitik dengan Murah: Solusi Mencegah Politisi Korupsi.* Yogyakarta : Thafa Media.
- Santi Rosita Devi. (2014). *Tantangan Caleg Perempuan dalam Pemilu Legislatif 2014.* Jakarta : The Indonesian Institute, Center for Public Policy.
- Santoso Sastropoetra. (1991). *Propaganda.* Bandung: Alumni.
- Schroder, Peter. (2013). *Strategi Politik. Diterjemahkan oleh Aviantie Agoesman.* Indonesia : Friedrich-Naumann Stiftung fur die Freiheit.
- Sutoro Eko. (2003). *Membuat Rekrutmen Legislatif Bermakna. Bahan Diskusi untuk Forum Kajian Analisis Sosial tentang Menyukkseskan Penyelenggaraan Pemilu 2004 di Provinsi DI*

Yogyakarta. Diselenggarakan oleh Badan Informasi Daerah
DI Yogyakarta, 17 Desember 2003.

Sali Susiana (2014). *"Penurunan Keterwakilan Perempuan dalam
Pemilu 2014"* dalam *Info Singkat Kesejahteraan Sosial Vol.VI,*
No.10/II/P3DI/Mei 2014.

UU No.2 tahun 2011 tentang Partai Politik.