



PERSONAL BRANDING CALEG PEREMPUAN TERPILIH PADA PEMILU LEGISLATIF 2024 DI PROVINSI KEP. BANGKA BELITUNG (STUDI PADA KEMENANGAN MELATI DAN DINDA REMBULAN)

Yessi Dwitasari, Bahjatul Murtasidin, Novendra Hidayat
Universitas Bangka Belitung

Email: yessidwitasari06@gmail.com, Bmurtasidin@gmail.com, novendra@ubb.ac.id

Abstract (English)

In the 2024 election, the participation rate of female participants in Bangka Belitung will increase by 20%. The increasing participation rate of female participants in Bangka Belitung has made researchers interested in looking at the female legislative candidates in the 2024 legislative elections. The female legislative candidates who are the focus of research are Melati, DPR RI candidate (Gerindra Party) and Dinda Rembulan, DPD RI legislative candidate. This research uses personal branding theory from Montoya (2014) about building personal branding, namely The Law Of Specialization, The Law Of Leadership, The Law Of Distinctiveness, The Law Of Visibility, The Law Of Unity, The Law Of Goodwill. This research uses a qualitative method with a case study approach by collecting data through in-depth interviews and documentation. The results of this research show the personal branding strategy of the two legislative candidates, namely, the law of specialization emphasizes womens ability to compete with men and be themselves, and as young people adopt a communication style that is relaxed and familiar but still polite, the law of leadership for both legislative candidates shows leadership that embraces society, the law of distinctiveness wants to bring something fresh and has original character, and takes advantage of its position as the only female candidate in the DPD RI, the law of visibility both use social media to display personal branding and open up discussion space with the public, the law of unity, both of them decided to be themselves because they wanted to display the same personal branding as their daily lives, the law of goodwill, they provide something consistently positive to maintain their good name. Dual roles, womens representation and leadership positions are challenges in builiding the personal branding of elected female legislative candidates as an effort to win the 2024 legislative elections in the Bangka Belitung Islands Province.

Article History

Submitted: 27 July 2024
Accepted: 6 August 2024
Published: 7 August 2024

Key Words

Election, Women, Personal Branding

Abstrak (Indonesia)

Pada Pemilu 2024, angka partisipasi peserta perempuan di Bangka Belitung meningkat sebanyak 20%. Meningkatnya angka partisipasi peserta perempuan di Bangka Belitung membuat peneliti tertarik melihat tentang caleg perempuan terpilih pada Pemilu legislatif 2024. Caleg perempuan yang menjadi fokus penelitian yaitu Melati Caleg DPR RI (Partai Gerindra) dan Dinda Rembulan Caleg DPD RI. Penelitian ini menggunakan teori *personal branding* dari Montoya (2014) tentang membangun *personal branding*, yaitu *The Law Of Specialization, The Law Of Leadership, The Law Of Distinctiveness, The Law Of Visibility, The Law Of Unity, The Law Of Goodwill*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan mengumpulkan data melalui wawancara secara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi *personal branding* kedua caleg yaitu, *the law of specialization* menonjolkan kemampuan perempuan bersaing dengan laki-laki dan menjadi diri sendiri, serta sebagai anak muda mengadopsi gaya komunikasi yang santai dan akrab namun tetap sopan, *the law of leadership* kedua caleg menunjukkan kepemimpinan yang merangkul masyarakat, *the law of distinctiveness* ingin membawa sesuatu yang segar dan berkarakter asli, serta memanfaatkan posisinya sebagai satu-satunya caleg

Sejarah Artikel

Submitted: 27 July 2024
Accepted: 6 August 2024
Published: 7 August 2024

Kata Kunci

Pemilu, Personal Branding, Perempuan





perempuan di DPD RI, *the law of visibility* keduanya memanfaatkan media sosial untuk menampilkan *personal branding* dan membuka ruang diskusi dengan masyarakat, *the law of unity* keduanya memutuskan untuk menjadi diri sendiri karena ingin menampilkan *personal branding* yang sama dengan kehidupan sehari-hari, *the law of goodwill* mereka memberikan suatu hal yang positif secara konsisten untuk menjaga nama baik. Peran ganda, keterwakilan perempuan, dan posisi pemimpin menjadi tantangan tersendiri dalam membangun *personal branding* caleg perempuan terpilih sebagai upaya memenangkan Pemilu legislatif 2024 di Provinsi Kep. Bangka Belitung.

PENDAHULUAN

Keterlibatan perempuan dalam politik yang sesuai dengan Pasal 8 UU Nomor 10 Tahun 2008 tentang pemenuhan kuota keterwakilan perempuan dalam politik, yang menetapkan kuota 30% partisipasi perempuan dalam struktur politik, khususnya di lembaga perwakilan rakyat. Peran perempuan dalam lingkungan politik dimulai pada Pemilu pertama tahun 1955, dimana mereka diberikan hak untuk memilih dan dipilih. Keterlibatan perempuan dalam ranah politik memiliki dampak signifikan dalam proses perumusan kebijakan. Kehadiran kaum perempuan menjadi penting dalam menciptakan kebijakan yang mendukung dan melindungi mereka, memastikan bahwa perspektif perempuan diakomodasi untuk menciptakan lingkungan yang lebih aman dan inklusif melalui kebijakan tersebut (Nursyifa, Tamala, Zakiah, Rachmani, & Mutmainah, 2023).

Partisipasi perempuan dalam kontes pemilihan umum pada tahun 2019 meningkat. Menurut Komisi Pemilihan Umum (KPU) melaporkan bahwa persentase Daftar Calon Tetap (DCT) anggota DPR yang merupakan perempuan mencapai 34,6%, kemudian naik menjadi 37% pada Pemilu 2014, dan mencapai 40% pada Pemilu 2019. Hasil Pemilu 2019 menunjukkan bahwa keterwakilan perempuan di DPR RI mencapai 20,8% yang setara dengan 120 anggota legislatif perempuan dari total 575 anggota DPR RI (Moerdijat, 2024).

Menurut (Gusmansyah, 2019), keterwakilan perempuan sangat penting karena jumlah mereka dalam dunia politik masih rendah, dibawah standar yang diharapkan. Akibatnya, posisi dan peran perempuan dalam lembaga legislatif, terutama dalam jabatan eksekutif sebagai pengambil dan penentu kebijakan mengalami kekurangan. Ini menunjukkan bahwa perempuan belum sepenuhnya diakui keberadaannya dalam ranah politik. Sebagai warga negara, perempuan seharusnya dapat berpartisipasi secara mandiri dalam proses demokrasi. Namun, di Indonesia, perempuan belum mampu untuk membuat keputusan dalam berpolitik secara independen sehingga keputusan mereka selalu dipengaruhi oleh suami, atasan, teman, serta keluarga. Bukti empiris telah menunjukkan bahwa kesetaraan gender bukan lagi masalah di negeri ini. Namun, yang perlu diperjuangkan adalah pemberdayaan perempuan dalam pengembangan sumber daya manusia, terutama melalui pendidikan, sehingga di masa depan peluang mereka untuk masuk ke dunia elektoral semakin terbuka.

Pemilihan umum atau yang disebut dengan Pemilu merupakan sarana untuk mewujudkan hak rakyat dalam menentukan nasib mereka sendiri dan dilaksanakan sesuai dengan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Menurut Veri (dalam Prasetyoningsih, 2014), Pemilu merupakan salah satu bentuk demokrasi yang dilaksanakan secara demokratis. Maka dari itu, negara yang mengaku sebagai negara demokrasi, Pemilu menjadi tradisi untuk memilih pejabat publik di tingkat legislatif dan eksekutif, baik di pusat maupun daerah. Menjelang Pemilu 2024, Partai politik dan kader harus membuat strategi yang tepat untuk merebut hati masyarakat agar memenangkan kursi legislatif. Setiap kader dan Partai politik memiliki branding yang berbeda - beda, begitu pula dengan masyarakat yang menyukai



karakteristik kepemimpinan yang berbeda. Oleh karena itu, para kader dan Partai politik harus memiliki strategi demi kesuksesan mereka dalam Pemilu.

Bangka Belitung merupakan sebuah wilayah di Indonesia yang terbentuk dari dua pulau utama, yakni Pulau Bangka dan Belitung, beserta beberapa pulau kecil yang berada di sekitarnya. Fenomena menarik terjadi di Pulau Bangka karena perempuan telah berpartisipasi dalam kontestasi elektoral. Pulau Bangka memiliki beberapa Kabupaten dan Kota yaitu, Kabupaten Bangka, Kabupaten Bangka Tengah, Kabupaten Bangka Selatan, Kabupaten Bangka Barat dan Kota Pangkalpinang. Pada kontestasi Pemilu 2024 di Pulau Bangka, beberapa Partai telah mengikutsertakan perempuan yang mencalonkan diri sebagai caleg dalam beberapa tingkatan, seperti caleg DPR RI, DPD RI, DPRD Prov. Bangka Belitung maupun DPRD Kabupaten. Meskipun tingkat partisipasi perempuan dalam ranah politik masih belum mencapai angka 30% pada beberapa tahun terakhir, akan tetapi Partai telah berusaha melakukan upaya untuk mendorong partisipasi aktif perempuan dalam kontestasi elektoral di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Menjadi perempuan terpilih dengan jumlah suara yang signifikan tentu bukan sesuatu yang mudah tanpa adanya strategi untuk mencapai hal tersebut. Konsep strategi pemenangan perempuan melibatkan elemen-elemen seperti perencanaan, arahan dari organisasi untuk mencapai tujuan. Strategi yang efektif memiliki koordinasi tim kerja, tema yang jelas, identifikasi faktor pendukung sesuai prinsip rasional, pengelolaan dana efisien, dan taktik yang mendukung pencapaian tujuan secara efisien untuk keberhasilan masa depan (Lubis, 2023). Strategi dalam pemenangan caleg perempuan juga tidak terlepas dari adanya *personal branding* sebagai alat untuk menciptakan citra diri yang memberikan kesan positif kepada masyarakat saat melakukan kampanye.

Menurut Deckers & Lacy (Herdiyanti, 2017), *personal branding* merupakan sebuah usaha seseorang untuk membangkitkan respon emosional atau pikiran orang lain ketika mendengar namanya dan melihat mereka di dunia maya atau nyata. Kemudian dalam ranah politik, terutama menjelang Pemilu, *personal branding* digunakan untuk membentuk citra politik selama kampanye. Hal ini mencakup visi misi yang akan dilaksanakan setelah terpilih serta menonjolkan sikap, pikiran, nilai, dan keterampilan yang mendukung tujuan utama. Selanjutnya, dalam upaya membangun *personal branding*, penting untuk menggunakan komunikasi politik sebagai alat untuk menggambarkan sikap dan sifat yang dimiliki seseorang.

Peneliti tertarik untuk mengkaji Melati dan Dinda Rembulan, karena Melati merupakan caleg perempuan yang terpilih dengan memperoleh suara tertinggi dengan total 80.969 suara di antara caleg perempuan lainnya, sementara Dinda Rembulan merupakan caleg perempuan DPD RI yang berhasil meraih dukungan sebanyak 86.813. Mereka berdua merupakan caleg pendatang baru yang berhasil mengalahkan caleg petahana dalam Pemilu 2024. Selain itu, Melati merupakan kader dari Partai Gerindra dan Dinda Rembulan merupakan caleg *independent*.

Menurut openparliament.id, selama periode Pemilu tahun 1999 – 2004 dan 2004 -2009, Bangka Belitung tidak memiliki perwakilan di kursi DPR RI. Kemudian, pada Pemilu periode 2009 – 2014 dan 2014 – 2019 anggota DPR RI dari Dapil Kepulauan Bangka Belitung selama ini hanya diisi oleh anggota legislatif laki-laki. Namun, di Pemilu 2024, terjadi sejarah baru dimana caleg perempuan pertama berhasil memenangkan suara pada tingkat legislatif DPR RI yaitu Melati.

Dari data yang peneliti himpun melalui dpd.go.id, Bangka Belitung memiliki satu perwakilan perempuan pada DPD RI periode 2004-2009 dengan suara 36.392, kemudian pada periode 2009-2014 juga memiliki satu perwakilan perempuan dengan suara 65.952. Namun, periode 2019-2024, anggota DPD di dominasi oleh laki-laki. Sementara itu, di Pemilu 2024,



Bangka Belitung kembali memiliki perwakilan dari caleg perempuan dengan jumlah suara 86.813 yaitu Dinda Rembulan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti berpendapat bahwa pemenuhan keterwakilan perempuan di lembaga legislatif belum terpenuhi. Oleh karena itu, perlu didukung dengan beberapa faktor untuk memenuhi angka keterwakilan perempuan, salah satunya adalah *personal branding*. Hal ini disebabkan dari persepsi negatif terhadap perempuan yang masih dipegang oleh sebagian orang dengan pandangan dan budaya patriarki.

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini menarik untuk diteliti bagaimana *personal branding* yang dilakukan serta dihadapi oleh kedua caleg perempuan terhadap kemenangannya dalam Pemilu 2024 di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Berdasarkan latar belakang yang telah penulis susun, judul penelitian yang akan dibahas oleh penulis yaitu, “*Personal Branding* Caleg Perempuan Terpilih Pada Pemilu Legislatif 2024 Di Provinsi Kep. Bangka Belitung (Studi Pada Kemenangan Melati dan Dinda Rembulan)”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, penulis memilih metode penelitian kualitatif untuk menjawab rumusan masalah diatas. Siyoto & Sodik (dalam Hardani, et al., 2020) penelitian kualitatif dianggap sebagai sarana utama yang diperlukan untuk beradaptasi dalam lingkungan penelitian. Oleh karena itu, peneliti yang memilih menggunakan metode penelitian kualitatif sebaiknya dilengkapi dengan berbagai teori agar dapat melakukan analisis wawancara langsung dengan lebih baik dan lebih jelas mengkonstruksikan kepentingan penelitiannya. Kirk dan Miller mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan kebiasaan khusus dalam ilmu-ilmu sosial yang didasarkan pada pengamatan terhadap individu dalam lingkungan mereka dan mengaitkannya dengan bahasa serta istilah yang digunakan oleh mereka sendiri.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tepatnya di Kota Pangkalpinang, Kabupaten Bangka, dan Kabupaten Bangka Tengah. Peneliti bertujuan memberikan informasi berupa gambaran mengenai strategi *personal branding*. Interaksi dengan narasumber akan dilakukan melalui wawancara untuk memastikan akurasi data yang telah diperoleh dan mengidentifikasi fenomena seputar strategi *personal branding* yang telah diterapkan oleh kedua calon anggota legislatif perempuan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung pada Pemilu 2024.

Prosedur

Penelitian ini membagi jenis dan sumber data menjadi dua, yakni data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data yang telah diperoleh dilapangan melalui wawancara secara mendalam dengan kedua caleg perempuan (Melati dan Dinda Rembulan), tim sukses Melati, tim sukses Dinda Rembulan, pengamat politik perempuan, dan masyarakat pemilih. Kemudian, peneliti akan melakukan wawancara dengan Melati dan Dinda Rembulan sebagai caleg perempuan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung mengenai strategi *personal branding* terhadap kemenangannya pada Pemilu 2024. Langkah ini diambil dengan tujuan memperoleh data dari masing-masing pihak.



2. Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada sumber informasi yang tidak secara langsung menyediakan data kepada peneliti, seperti melalui perantara orang lain atau melalui dokumen seperti mengkaji buku, jurnal, karya ilmiah, dan referensi lain yang relevan dengan topik penelitian ini (Sugiyono, 2018).

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Menurut Saroso (Yusra, Zulkarnain, & Sofino, 2021) wawancara merupakan salah satu metode yang sangat digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif. Wawancara memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang beragam dari responden dalam situasi dan konteks yang berbeda. Meskipun demikian, penting untuk menggunakan wawancara dengan hati-hati dan melakukan verifikasi data dari berbagai sumber lainnya. Teknik wawancara memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi mengenai tentang strategi melalui tiga elemen personal branding caleg perempuan terpilih pada Pemilu 2024 di Prov. Kepulauan Bangka Belitung.

2. Dokumentasi

Menurut Zuriah (Fiantika, et al., 2022) dokumentasi merujuk pada metode pengumpulan data yang melibatkan penggunaan catatan tertulis, seperti arsip, buku, atau dokumen terkait lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian. Hal ini memanfaatkan sumber-sumber tertulis untuk mendukung dan memperkuat argumen atau temuan dalam konteks penelitian. Pada penelitian ini, peneliti akan menghimpun dokumen dalam bentuk surat resmi dan mempergunakan foto sebagai bagian dari proses pengumpulan data, dengan tujuan untuk menegaskan dan memberikan pengakuan atas keaslian data yang diperoleh.

Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah langkah-langkah dalam menyederhanakan, merangkum, mengelompokkan, dan fokus pada aspek-aspek penting dalam tema serta pola yang serupa. Melalui proses ini, data menjadi lebih terperinci dalam gambaran, memberikan kemudahan bagi peneliti dalam melakukan pengumpulan data pada proses selanjutnya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Tahap selanjutnya setelah reduksi data adalah tahap penyajian data yang mana data dalam penelitian kualitatif dapat disajikan melalui berbagai format, termasuk singkatan, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan lain sebagainya. Penyajian data dalam penelitian kualitatif umumnya mengadopsi bentuk teks naratif, sering kali disertai dengan grafik, matriks, bagan, atau format serupa.

3. Penarikan Kesimpulan

Setelah melewati dua proses analisis data, tahap akhir dalam penelitian kualitatif adalah tahap penarikan kesimpulan. Fokus utama pada tahap ini adalah menemukan hal-hal baru sebagai akhir dari penelitian, yang bisa berupa gambaran dari suatu objek yang sebelumnya masih samar atau kurang jelas. Selanjutnya, melalui penelitian objek tersebut menjadi lebih jelas serta dapat mengikutsertakan hubungan yang kausal dan interaktif, hipotesis, atau teori. Hal ini menunjukkan



bahwa setelah menjalani proses analisis data, hasil akhir penelitian mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait objek penelitian. Selain itu, tahap penarikan kesimpulan ini dapat membawa kontribusi terhadap pengembangan pemikiran konseptual, pengujian hipotesis, atau pembangunan teori yang relevan dengan konteks penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Personal Branding yang Dilakukan Oleh Melati dan Dinda Rembulan Pada Pemilu 2024

Pemilihan umum merupakan momen penting dalam demokrasi, di mana personal branding berperan efektif sebagai sarana untuk memperkenalkan diri kepada para pemilih. Pada tahun 2024, Indonesia kembali menyelenggarakan pesta demokrasi dalam bentuk pemilihan umum, yang bertujuan untuk memilih para kandidat yang akan mewakili masyarakat di berbagai tingkat pemerintahan. Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Pemilu ini diadakan pada 14 Februari 2024, dengan banyak kandidat dari berbagai partai politik yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif di tingkat Daerah, Provinsi, dan Nasional.

Melati dan Dinda Rembulan tidak hanya berhasil memenangkan kursi di lembaga legislatif, tetapi juga menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran penting dalam politik. Mereka membuktikan bahwa dengan strategi yang tepat dan upaya yang gigih, perempuan dapat meraih posisi penting dan memberikan kontribusi nyata dalam pemerintahan. Keberhasilan mereka diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi kandidat perempuan lainnya di masa depan, untuk terus berjuang dan berpartisipasi aktif dalam politik demi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.

Mereka menggunakan berbagai strategi untuk menarik perhatian masyarakat dan memperoleh dukungan suara. *Personal branding* menjadi salah satu strategi utama yang mereka gunakan, di mana mereka berusaha membangun citra positif dan relevan di mata pemilih. Para kandidat perempuan ini hadir dengan berbagai program dan visi misi yang menarik, serta berusaha keras untuk menunjukkan kemampuan dan keunggulan mereka dibandingkan dengan kandidat lainnya.

Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada bagaimana strategi *personal branding* yang diterapkan oleh para kandidat untuk menarik perhatian masyarakat pemilih. Peneliti menggunakan 6 konsep dalam teori Peter Montoya tentang membangun *personal branding*. Adapun konsep tersebut meliputi *The Law Of Specialization*, *The Law Of Leadership*, *The Law Of Personality*, *The Law Of Distinctiveness*, *The Law Of Visibility*, *The Law Of Unity*, *The Law Of Goodwill*. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara mendalam terkait strategi *personal branding* yang digunakan oleh para kandidat. Melalui 6 konsep *personal branding* yang diterapkan oleh kedua caleg, peneliti memperoleh informasi melalui wawancara mendalam dengan Melati dan Dinda Rembulan. Berikut adalah hasil wawancara terkait *personal branding* berdasarkan 6 konsep dari Peter Montoya.

1. *The Law Of Specialization* (Spesialisasi)

Menurut pandangan Peter Montoya, Spesialisasi adalah karakteristik unik yang dimiliki seseorang, tetapi juga merupakan strategi penting dalam mencapai keunggulan. Kemudian, dengan fokus menekankan pada keterampilan atau keahlian tertentu, seseorang dapat membangun fondasi yang kuat untuk membedakan diri di dalam bidang masing-masing. Hal ini berimplikasi bahwa melalui dedikasi yang mendalam dan pengetahuan yang



mendetail. Seseorang dapat meningkatkan kompetensi mereka secara signifikan, yang pada gilirannya dapat membuka peluang lebih besar untuk pencapaian yang berkelanjutan dan perubahan positif dalam karier mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Melati dan Dinda Rembulan, keduanya memiliki pendekatan yang berbeda dalam menampilkan karakteristik unik mereka di mata masyarakat. Melati menekankan pentingnya menjadi diri sendiri dan menunjukkan bahwa perempuan memiliki kemampuan untuk bersaing dengan laki-laki dalam dunia politik. Ia berusaha menampilkan citra sebagai perempuan cerdas. Ia ingin dikenal dengan dirinya sendiri karena memang itulah cara ia berinteraksi dengan masyarakat. Sementara Dinda Rembulan, selalu menunjukkan sisi anak muda sehingga gaya komunikasi yang ia gunakan menggunakan gaya yang santai, ia juga ingin masyarakat sudah mengenalnya sebelum ia terjun ke dunia politik.

Di sisi lain, Dinda Rembulan sebagai anak muda, memiliki pendekatan yang berbeda dalam berinteraksi dengan masyarakat. Ia memilih untuk memposisikan dirinya sebagai anak muda yang santai dan akrab dengan masyarakat. Gaya komunikasinya lebih informal saat bertemu langsung dengan masyarakat, menggunakan bahasa yang tidak selalu formal. Namun, ketika mengisi acara resmi atau menjadi narasumber, ia tetap menggunakan gaya yang formal dan profesional.

Pendekatan yang berbeda ini mencerminkan cara masing-masing caleg dalam membangun personal branding mereka. Walaupun berbeda, kedua pendekatan ini menunjukkan strategi yang unik dan spesifik dari masing-masing caleg dalam menarik dukungan dari masyarakat.

2. *The law of leadership* (Kepemimpinan)

Menurut Peter Montoya, sebuah kemampuan untuk memimpin dan memberikan pengaruh positif kepada orang lain bukan hanya sekedar menjalankan peran kepemimpinannya tetapi juga memiliki kemampuan menginspirasi dan memotivasi, membuat keputusan bijaksana, serta memiliki keterampilan komunikasi yang baik. Seorang pemimpin dalam personal branding berusaha memberikan dampak positif tidak hanya pada dirinya sendiri tetapi juga pada kehidupan orang lain atau kepada kelompok. Menonjolkan kepemimpinan dalam *personal branding* membantu membangun reputasi sebagai individu yang dapat dipercaya, dihormati, dan berkontribusi pada kesuksesan orang lain dan organisasi yang dipimpin.

Kepemimpinan juga menjadi tolak ukur bagi masyarakat dalam menilai bagaimana seseorang memimpin atau memberikan motivasi kepada mereka. Seorang pemimpin yang baik akan mendengarkan aspirasi dan kebutuhan masyarakat, membuat keputusan yang bijaksana, dan bertindak dengan integritas dan etika. Jika kepemimpinan tersebut memenuhi kriteria dan harapan masyarakat, maka hal tersebut akan menjadi nilai tambah bagi seorang caleg dalam memenangkan hati masyarakat. Masyarakat akan lebih cenderung mendukung dan memilih seorang caleg yang mereka anggap mampu memimpin dengan baik dan memberikan solusi nyata untuk masalah yang mereka hadapi.

Berdasarkan jawaban wawancara dengan Melati dan Dinda Rembulan menunjukkan kepemimpinan yang merangkul masyarakat. Sedangkan, Melati menerima kritik dan saran dengan terbuka, bahkan jika pendapatnya berbeda, dan memberikan kesempatan bagi penerusnya untuk menguatkan kepemimpinan. Sementara Dinda Rembulan juga menunjukkan kepemimpinan yang merangkul masyarakat dengan mendengarkan masukan dan keluhan masyarakat, serta memastikan bahwa aspirasi masyarakat didengar dan disampaikan dengan jelas. Kedua caleg ini memberikan contoh kepemimpinan yang



responsif dan memahami kebutuhan serta harapan masyarakat, hal ini menjadi nilai tambah dalam upaya memenangkan dukungan publik.

3. *The Law Of Distinctiveness* (Perbedaan)

Menciptakan sebuah citra yang memiliki perbedaan dengan caleg perempuan lainnya adalah suatu hal yang memang diperlukan. Kemudian, dengan menciptakan citra yang kreatif seorang caleg dapat menonjolkan karakter dan nilai-nilai yang unik, sehingga membedakan dirinya dengan yang lain. Hal ini membantu dalam membangun daya tarik dan kepercayaan di kalangan pemilih, karena mereka melihat bahwa caleg tersebut membawa suatu hal yang segar dan tidak membosankan serta tidak terjebak dalam citra yang dibuat-buat atau meniru orang lain. Seperti yang diungkapkan oleh seorang caleg perempuan terpilih dalam pemilu 2024 di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Berdasarkan hasil dengan kedua caleg perempuan, masyarakat pemilih memilih Melati karena melihat bahwa karakteristiknya berbeda dengan caleg lainnya. Keberanian dan dedikasi Melati dalam aktivitas sosial dan politik dianggap sebagai hal yang jarang ditemui pada perempuan lain. Selain itu, masyarakat juga menyukai desain spanduk kreatif Melati yang menampilkan gambar Melati naik vespa bersama suaminya. Pendekatan ini dianggap inovatif dan menarik dalam kampanye politik, sehingga membedakan Melati dari caleg lainnya dan meningkatkan daya tarik terhadap pemilih. Berbeda dengan Dinda Rembulan, yang membedakannya adalah bahwa dia satu-satunya caleg perempuan di tingkat DPD pusat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya baliho yang terpasang di seluruh wilayah Bangka Belitung sehingga dapat membuat ia lebih dikenal banyak orang.

4. *The Law Of Visibility* (Keterlihatan)

Konsep ini dilakukan oleh kedua caleg perempuan terpilih yaitu Melati dan Dinda Rembulan dalam menunjukkan *personal branding* mereka. Berdasarkan wawancara dengan kedua caleg perempuan, mereka memiliki metode yang sama dalam menjaga keaktifan dan memperkenalkan *personal branding*. Salah satu cara yang mereka lakukan adalah dengan mengundang masyarakat untuk berdiskusi bersama, menciptakan ruang bagi interaksi langsung yang memungkinkan mereka untuk lebih memahami aspirasi dan kebutuhan masyarakat serta membangun sekolah non formal untuk memberikan edukasi kepada masyarakat-masyarakat khususnya perempuan. Selain itu, mereka juga sangat aktif di media sosial, memanfaatkan platform ini untuk memposting berbagai kegiatan dan pencapaian mereka. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya mengenal mereka melalui interaksi langsung tetapi juga melalui *update* rutin di media sosial, yang membantu membangun citra mereka secara konsisten dan memperkuat hubungan dengan masyarakat.

5. *The Law Of Unity* (Kesatuan)

Kesatuan memastikan bahwa *personal branding* yang dibangun tidak hanya menjadi citra luar, tetapi juga mencerminkan karakter dan prinsip yang sebenarnya dari individu tersebut. Adapun beberapa poin tentang konsisten, yaitu konsistensi pesan atau konsisten dalam berkomunikasi pada pesan yang disampaikan, penampilan dan gaya, perilaku dan tindakan sesuai dengan perilaku sehari-hari seseorang, nilai dan prinsip seseorang harus sama dengan apa yang biasa mereka lakukan didepan umum, konten dan media yang mereka tunjukkan didepan masyarakat, serta strategi dan tujuan yang telah mereka bangun harus selaras dengan pribadi mereka sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua caleg perempuan terpilih, Melati menunjukkan sifat yang tidak memikirkan pikiran negatif tentangnya, tujuannya hanya



ingin menginspirasi perempuan dan selalu menampilkan sifat asli dan etika dirinya. Berbeda dengan Dinda Rembulan, dalam menjaga nama baik, ia menunjukkan ketulusan hatinya dalam berinteraksi dengan masyarakat.

Pentingnya untuk menjadi diri sendiri terutama sebagai seorang perwakilan, kita memastikan bahwa tidak terjebak dalam ekspektasi yang berlebihan dari masyarakat. Kemudian, dengan menjadi diri sendiri, kita dapat memperkuat hubungan dengan masyarakat karena mereka dapat merasakan kejujuran dari setiap tindakan dan ucapan kita. Sehingga dapat fokus pada pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai yang kita pegang. Selain itu, menjaga keselarasan antara sikap, etika, dan moral dengan kehidupan sehari-hari memastikan bahwa kita tidak mengalami konflik internal atau dilema moral dalam mengambil keputusan.

6. *The Law Of Goodwill* (Nama Baik)

Seseorang harus selalu menjaga nama baik yang telah mereka bangun dalam proses membangun *personal branding*. Ini berarti tidak hanya tentang bagaimana mereka mempresentasikan diri mereka di hadapan publik, tetapi juga tentang bagaimana mereka berinteraksi dan berperilaku di berbagai situasi. Mempertahankan nama baik tidak hanya menjaga nama tersebut, melainkan menjadi teladan yang positif dalam tindakan dan kata-kata dan juga memungkinkan seseorang untuk membangun kepercayaan, mendapatkan pengakuan atas kontribusinya, dan menggunakan pengaruh tersebut untuk menciptakan dampak positif dalam berbagai aspek kehidupan.

Hasil wawancara dengan kedua caleg perempuan terpilih, Melati secara konsisten dalam menjaga reputasinya dengan cara memberikan kesan yang positif dan memberikan contoh yang baik kepada masyarakat, sedangkan Dinda Rembulan menjaga nama baik dengan cara selalu berinteraksi dengan masyarakat dan memberikan edukasi pendidikan kepada anak muda.

B. Strategi Personal Branding yang Dilakukan Oleh Melati dan Dinda Rembulan Pada Pemilu 2024

Setiap proses kampanye, tantangan merupakan bagian yang tak terhindarkan, terutama bagi para calon legislatif perempuan. Mereka dihadapkan pada berbagai tantangan yang lebih kompleks dibandingkan dengan caleg laki-laki. Tantangan yang dialami oleh perempuan salah satunya adalah stereotip gender yang mengakar kuat di masyarakat, mereka sering kali meragukan kemampuan perempuan dalam memimpin dan berpolitik. Hal ini dikarenakan masih kurangnya edukasi terhadap masyarakat tentang perempuan dalam dunia politik. Adapun tantangan yang harus dihadapi oleh caleg perempuan yaitu:

1. Peran Ganda

Perempuan memiliki peran ganda antara tanggung jawab politik dan domestik (sumur, dapur, kasur). Perempuan juga dihadapkan dengan tekanan sosial untuk memenuhi tugas mereka sebagai istri, ibu, dan seorang pemimpin. Hal ini menjadi tantangan bagi perempuan ketika mereka memutuskan untuk terjun ke dunia politik, mereka memiliki tanggung jawab yang besar juga harus membagi waktu antara pekerjaan dan keluarga.

Hasil wawancara bersama Melati, ia menghadapi tantangan peran ganda karena memiliki peran sebagai istri dan ibu. Meskipun demikian, ia tetap bertanggung jawab dalam menjalankan peran tersebut. Sedangkan Dinda Rembulan, ia menghadapi komentar negatif terhadap dirinya tentang bagaimana perempuan akan tetap berada pada tanggungjawabnya sebagai istri.



2. Keterwakilan Perempuan

Keterwakilan perempuan dalam politik masih dianggap jauh jumlahnya, dikarenakan jumlah aktor politik perempuan yang masih sangat sedikit, sehingga hanya sedikit perempuan yang terinspirasi untuk terjun ke dunia politik. Keterbatasan jumlah politikus perempuan ini juga menyebabkan media jarang menyoroti kisah inspiratif perempuan dalam dunia politik. Akibatnya, kurangnya representasi perempuan di politik menciptakan siklus di mana sedikit perempuan yang tertarik untuk berkarier di bidang ini karena mereka tidak memiliki banyak contoh sukses yang dapat diikuti. Media, yang seharusnya bisa mempromosikan cerita-cerita inspiratif dari politikus perempuan, juga kekurangan materi untuk diangkat, sehingga memperparah situasi ini. Maka dari itu, dengan adanya *personal branding* dapat memberikan manfaat kepada caleg perempuan untuk menampilkan dirinya sendiri kepada publik agar dapat dikenal secara luas, bahwa mereka adalah perwakilan perempuan dalam dunia politik. Hal ini bertujuan agar masyarakat perempuan lainnya dapat terinspirasi dalam keterwakilan perempuan di dunia politik.

Hasil wawancara bersama kedua caleg perempuan, bahwa mereka memiliki kesamaan dalam menghadapi pemenuhan 30% keterwakilan perempuan. Mereka sama-sama caleg perempuan pendatang baru yang berhasil mengalahkan caleg petahana. Mereka fokus pada strategi untuk memperoleh dukungan dari masyarakat pemilih dan memiliki kesamaan pada tujuan untuk menginspirasi perempuan lain agar aktif di dalam dunia politik.

3. Posisi Pemimpin

Perempuan cenderung lebih sulit untuk merebut kursi pemimpin karena sedikitnya masyarakat yang mendukung serta sering didiskriminasi oleh masyarakat ditambah mereka bersaing dengan laki-laki yang lebih didukung oleh masyarakat. Selain itu, mereka juga harus menghadapi tekanan untuk membuktikan bahwa mereka memiliki integritas dan kompetensi yang setara, atau lebih daripada laki-laki. Ketika memperebutkan posisi pemimpin, perempuan seringkali menghadapi diskriminasi karena masyarakat masih memiliki pemikiran yang tradisional dan meragukan kemampuan perempuan dalam memimpin.

Caleg perempuan harus berjuang keras untuk mengatasi tantangan ini dan menunjukkan bahwa mereka mampu membawa perubahan positif. Mereka perlu berupaya lebih keras dalam membangun *personal branding* yang kuat dan unik, agar dapat memenangkan hari dan kepercayaan pemilih. Tantangan ini mengharuskan mereka untuk tidak hanya berfokus pada strategi kampanye yang efektif, tetapi juga pada cara mengatasi prasangka dan mendapatkan dukungan yang luas dari berbagai lapisan masyarakat. *Personal branding* tidak hanya ditunjukkan secara langsung akan tetapi melalui media sosial juga. Namun, di media sosial kerap kali terlihat adanya komentar negatif dari masyarakat terhadap unggahan calon legislatif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan judul “*Personal Branding* Caleg Perempuan Terpilih Pada Pemilu Legislatif 2024 Di Provinsi Kep. Bangka Belitung (Studi Pada Melati Dan Dinda Rembulan)”, yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya dengan menggunakan Teori *Personal Branding* dari Peter Montoya, peneliti menarik kesimpulan bahwa strategi *personal branding* dan tantangan Melati dan Dinda Rembulan membuat mereka terpilih menjadi anggota legislatif di tingkat DPR dan DPD RI. *Personal branding* menjadi



strategi penting bagi para caleg perempuan untuk menarik perhatian dan mendapatkan kepercayaan masyarakat. Strategi yang digunakan Melati dan Dinda Rembulan tidak terlepas dari teori *personal branding* yang digunakan peneliti yaitu *the law of specialization, the law of leadership, the law of distinctiveness, the law of visibility, the law of unity, dan the law of goodwill*.

Pada strategi *personal branding* yang pertama yaitu *the law of specialization*, Melati menunjukkan kecerdasannya dan keinginannya untuk menjadi diri sendiri. Kedua, *strategi the law of leadership*, Melati memiliki kepemimpinan yang merangkul masyarakat dan menerima kritik dan saran dengan tangan terbuka serta ia memberikan kesempatan bagi generasi selanjutnya untuk menguatkan kepemimpinan. Ketiga, *the law of distinctiveness*, Melati menggunakan baliho-baliho dengan design yang unik dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa *personal branding* dirinya merupakan sesuatu hal yang unik dan segar agar masyarakat pemilih tertarik dan berpikir bahwa Melati adalah orang yang kekinian. Keempat, *the law of visibility*, Melati membuka ruang diskusi bersama masyarakat untuk membahas aspirasi mereka serta ia membangun sekolah non formal yaitu Sekuntum Melati khusus perempuan, ia juga aktif di sosial media agar masyarakat luas lebih mengenalnya sebagai caleg. Kelima, *the law of unity*, keselarasan sikap dan etika Melati sama dengan yang ditunjukkannya kepada masyarakat, karena tujuan utamanya adalah ingin menginspirasi perempuan di Bangka Belitung. Keenam, *the law of goodwill*, untuk menjaga nama baiknya sendiri, Melati memberikan contoh yang baik kepada orang lain dan ia selalu berkaca dan mengendalikan diri agar selalu menjadi seorang yang positif, maka dari itu hal ini ia lakukan dengan konsisten.

Secara keseluruhan, kesuksesan Melati dan Dinda menunjukkan bahwa perempuan memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam politik. Walaupun, telah melalui tantangan peran ganda, keterwakilan perempuan dan posisi pemimpin serta menjaga nama baik dan memperlihatkan kepribadian yang selaras dengan kehidupan sehari-hari serta mendapatkan komentar negatif dari masyarakat, dengan strategi *personal branding* yang tepat dan dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, partisipasi perempuan di dunia politik dapat terus meningkat dan diterima secara luas oleh masyarakat. Keberhasilan mereka diharapkan menjadi inspirasi bagi perempuan lainnya untuk terus berjuang dan berpartisipasi aktif dalam politik demi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.

Saran

Perihal partai politik harus lebih proaktif dalam kaderisasi perempuan, dengan pelatihan dan dukungan berkelanjutan. Kampanye pendidikan politik perlu dilakukan untuk mengubah persepsi masyarakat tentang kemampuan perempuan dalam politik, serta memberikan dukungan sosial melalui jaringan dan organisasi perempuan. Kandidat perempuan perlu fokus pada pengembangan *personal branding* yang unik dan memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan masyarakat. Keberhasilan kandidat perempuan seperti Melati dan Dinda Rembulan harus dipublikasikan untuk memberikan inspirasi kepada masyarakat. Selain itu, program pemberdayaan ekonomi dan pendidikan perempuan perlu didorong, dan komunikasi dengan masyarakat harus disesuaikan agar lebih efektif dan untuk masyarakat pemilih, agar dapat memilih calon legislatif dengan melihat tujuannya serta berkompeten dalam dunia politik, masyarakat pemilih juga perlu mengevaluasi *personal branding* caleg perempuan apakah selaras dan konsisten dengan kehidupan sehari-hari mereka

TENTANG PENULIS

Nama Yessi Dwitarsari, lahir di Muntok, Kabupaten Bangka Barat pada tanggal 06 Agustus 2002. Alamat email dari penulis yaitu yessidwitarsari06@gmail.com dan media sosial



Instagram dengan nama @yessidwitasari, Motto hidup penulis adalah “Kegagalan dalam proses hidup merupakan pembelajaran yang paling berharga untuk meningkatkan kualitas hidup kedepannya”.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Antari, P. E. (2018). Interpretasi Demokrasi Dalam Sistem Mekanis Terbuka Pemilihan Umum Di Indonesia. *Jurnal Panorama Hukum*, 2.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Babel, K. (2019). *Istri Gubernur Babel, Melati Erzaldi Terima Penghargaan Pemenuhan Hak Anak dari Menteri Hukum dan HAM*. Kantor Wilayah Bangka Belitung. Retrieved from <https://babel.kemenkumham.go.id>
- BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. (2024). *Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Dalam Angka*. Pangkalpinang: BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.
- Baihaqi, A., Muksin, N. N., Harmonis, F., Setiawan, A., & Karmila, L. (2022). Strategi Marketing Politik Bobby Nasution dan Aulisa Rachman Di Media Sosial Pada Pilkada Kota Medan 2020. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Sri Wahyuni, Erland Mouw, Lukman Waris. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Gusmansyah, W. (2019). Dinamika Kesetaraan Gender Dalam Kehidupan Politik Di Indonesia. *Jurnal Hawa*.
- Hakim, I. L. (2021). Implementasi Pendidikan Jasmani Dalam Pembelajaran Daring Di Sekolah Menengah Atas Negeri 16 Bandung.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Ustami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pusataka Ilmu Group Yogyakarta.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding : Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ma'rifatun, & Aminulloh, A. (2019). Strategi Personal Branding Sutiaji dan Sofyan Edy Jarwoko dalam Pilkada Kota Malang 2018. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1-10.
- Nurfadilah, A., & Khoirotunnisa, P. (2023). Personal Branding Anies Baswedan dalam Membangun Citra pada Pilpres 2024 di Instagram. *JPW (Jurnal Politik Walisongo)*, V, 73-84. doi:10.21580/jpw.v5i1.16743
- Nursyifa, A., Tamala, O. T., Zakiah, R., Rachmani, S. A., & Mutmainah, S. M. (2023, Mei 1). Partisipasi Perempuan dalam Politik. *Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan*, 9, 27.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 84.
- Sarbaini. (2015). Demokratisasi dan Kebebasan Memilih Warga Negara dalam Pemilihan Umum. *INOVATIF/ Jurnal Ilmu Hukum*, III, 107.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaryono, Ernungtyas, N. F., & Prianto, G. F. (2021). Strategi Personal Branding Dalam Pemenangan Pemilu Legislatif. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*.
- Suryana, C. (2018). *Komunikasi Politik: Teori dan Praktik*. Bandung: CV. Mimbar Pustaka.
- Prasetyoningsih, N. (2014). Dampak Pemilihan Umum Serentak Bagi Pembangunan Demokrasi Indonesia. *Jurnal Media Hukum*, 242.
- Yusra, Z., Zulkarnain, R., & Sofino. (2021). Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal Of Lifelong Learning*, 4.



Skripsi

- Erwindo, N. (2020). Personal Branding Elly Thrisyanti Pada Pemilihan Legislatif Kota Padang Tahun 2019. *Skripsi Universitas Andalas*.
- Herdiyanti, S. M. (2017). Pengembangan Model Personal Branding Aktor Politik Untuk Pemilih Muda Perkotaan (Studi Kasus Personal Branding Eddy Soeparno di Kota Cirebon oleh Lembaga Akar Rumpun Strategic Consulting (ARSC)).
- Lubis, N. H. (2023). Strategi Calon Legislatif Perempuan Untuk Memenangkan Pemilihan Umum Di Mandailing Natal Tahun 2019. *Skripsi Program Studi Hukum Tata Negara UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary*.
- Madani, E. (2022). Personal Branding Donna Sebagai Perempuan Legislatif Di Kabupaten Tanah Datar. *Skripsi Universitas Andalas*.
- Ode, Y. C. (2022). Strategi Personal Branding Dalam Kemenangan Anggota Legislatif Golkar Terpilih Pada Pemilu Tahun 2019 Di Kabupaten Manggarai Timur (Studi Kasus Kemenangan Anggota Legislatif Terpilih Partai Golkar Vinsensius Reamur dan Yosef Ode).

Website

- Alza. (2024). *Biodata Dinda Rembulan Anggota DPD Asal Babel Terpilih, Kalahkan Suara Petahana Darmansyah Husein*. belitung.tribunnews.com. Retrieved from <https://belitung.tribunnews.com/2024/03/26/biodata-dinda-rembulan-anggota-dpd-asal-babel-terpilih-kalahkan-suara-petahana-darmansyah-husein>
- Belitung, K. T. (2021). *Melati Erzaldi Dinobatkan Sebagai Tokoh Wanita Penggerak Pariwisata dan UKM Provinsi Kepulauan Bangka Belitung*. babelprov.go.id. Retrieved from <https://babelprov.go.id>
- Indonesian Parliamentary Center. (2019). *Daftar Anggota DPR*. Indonesian Parliamentary Center. Retrieved April 3, 2024, from <https://openparliament.id/daftar-anggota-dpr/>
- KPU. (2024, Juni 30). *Hasil Hitung Suara Legislatif DPR RI 2024*. Retrieved from pemilu2024.kpu.go.id
- KPU. (2024, Juni 30). *Hasil Hitung Suara Pemilu DPD 2024*. Retrieved from pemilu2024.kpu.go.id
- Melati. (2024). *Pengalaman Organisasi*. Instagram. Dipetik Maret 22, 2024, dari <https://www.instagram.com/melatierzaldi>
- Moerdijat, L. (2024). *Keterwakilan Perempuan di Parlemen Harus Konsisten Ditingkatkan*. Jakarta: mpr.go.id.
- RI, K. (2024). *Daftar Calon Tetap (DCT) DPR dan DPD RI*. infopemilu.kpu.go.id.
- Siregar, A. P. (2024). *Sosok Dinda Rembulan, Caleg DPD RI Dapil Bangka Belitung*. BANGKAPOS.COM. Retrieved from <https://bangka.tribunnews.com>

Dokumen

- JDIH BPK Database Peraturan. (2008, Maret 31). *Undang-undang (UU) No.10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah*. Retrieved from Peraturan BPK: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39037/uu-no-10-tahun-2008>
- JDIH BPK Database Peraturan. (2018, Juli 18). *Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018*. Retrieved from Peraturan BPK: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/173318/peraturan-kpu-no-23-tahun-2018>